



**Maria Fernanda
Cardoso Conceição
Azevedo Silva**

**O turismo aventura no Rio Paiva e o turismo rural
em Arouca**



**Maria Fernanda
Cardoso Conceição
Azevedo Silva**

**O turismo aventura no Rio Paiva e o turismo rural
em Arouca**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Planeamento em Turismo, realizada sob a orientação científica do Doutor Armando Luís Lima de Campos Vieira, Professor Auxiliar do Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro

Dedico este trabalho aos meus pais pelo apoio e incentivo constante que me deram e sempre impulsionaram que lutasse por mais uma etapa da minha vida académica.

o júri

presidente

Prof. Doutora Zélia Maria de Jesus Breda
Professora Auxiliar Convidada, Universidade de Aveiro

vogais

Prof. Doutora Sónia Cristina Miranda Cardoso
Investigadora do Cipes – Centro de Investigação de Políticas do Ensino Superior

Prof. Doutor Armando Luís Lima de Campos Vieira
Professor Auxiliar, Universidade de Aveiro

agradecimentos

Só foi possível a realização deste trabalho, visto que tive o apoio incondicional de algumas pessoas e estou grata pela disponibilidade que demonstraram e tiveram.

Primeiramente, agradeço ao Professor Doutor Armando Luís Vieira pela sua amabilidade, simpatia, apreço e pelo encorajamento que sempre me transmitiu. Estarei sempre grata pela disponibilidade e rapidez com que sempre respondeu às minhas dúvidas.

Ao Posto de Turismo de Arouca e aos proprietários das empresas que colaboraram e que contribuíram com as suas opiniões para o trabalho de campo que foram essenciais e pertinentes para o estudo.

Ao Tiago pelos dias e horas que lutou a meu lado, pelo seu carinho e constante disponibilidade para ajudar. A sua motivação constante foi importante me encorajar para a elaboração do trabalho.

Aos meus pais que me incentivaram pela escolha da temática e do local. Pelo seu papel de orientadores no meu percurso académico.

À Sofia Peixoto pelo percurso académico que fizemos lado a lado e pelo apoio mútuo.

Mais uma vez a todos um muito obrigado!!!

palavras-chave**Arouca, turismo rural, turismo aventura****resumo**

O presente relatório de projeto tem como objetivo verificar e averiguar se existe uma relação entre o turismo aventura no Rio Paiva e o turismo rural em Arouca.

Inicia-se o relatório de projeto fazendo uma abordagem teórica, apoiada numa revisão bibliográfica, sobre o turismo, o sistema turístico, a procura e a oferta turística mas também o turismo rural, turismo natureza e turismo aventura. Caracteriza-se o destino turístico Arouca e o Rio Paiva para enquadrar o local em estudo.

A metodologia adotada foi a aplicação de um questionário às empresas de animação turística, unidades de alojamento e restauração. Os resultados obtidos sugerem que existe uma relação entre o turismo aventura e o turismo rural.

Neste relatório de projeto conseguiu-se retirar várias contribuições para que o turismo em Arouca se desenvolva cada vez mais apostando na qualidade e num sistema turístico coeso e competitivo.

keywords

Arouca, rural tourism, adventure tourism

abstract

This project report aims to verify and whether there is a relationship between tourism adventure in Rio Paiva and rural tourism in Arouca.

The project report starts by making a theoretical approach, supported on a bibliographic tourism, the tourism system, tourism demand and supply but also rural tourism, nature tourism and adventure tourism. In order to set the study's context, the Arouca and Rio Paiva tourism destinations will be characterized.

The methodology included a questionnaire to tourism companies, accommodation and catering units. The results suggest that there is a relationship between adventure tourism and rural tourism.

In this project report we were able to suggest several contributions so that tourism is able to further develop in Arouca, focusing on quality and on a cohesive and competitive tourism system.

ÍNDICE

CAPÍTULO I: INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO II: CONCEITOS	3
2.1 TURISMO	3
2.2 SISTEMA TURÍSTICO	3
2.3 PROCURA TURÍSTICA	5
2.4 OFERTA TURÍSTICA	7
2.5 TURISMO RURAL	8
2.5.1 Empreendedorismo em Espaço Rural em Portugal	9
2.5.2 A Oferta e a Procura do Turismo em Espaço Rural em Portugal	10
2.6 TURISMO NATUREZA	11
2.6.1 Perfil Básico dos Consumidores de Viagens de Natureza	12
2.6.2 Oportunidades	12
2.6.3 Turismo Natureza em Portugal	13
2.7 TURISMO AVENTURA	13
2.7.1 Características da Aventura	14
2.7.2 Produtos do Turismo de Aventura	15
2.7.3 Definição de Turismo de Aventura	16
2.7.4 Tipologias do Turismo de Aventura	19
2.7.5 Desenvolvimento da Indústria do Turismo de Aventura	20
2.8 NOTA FINAL	21
CAPÍTULO III: CARATERIZAÇÃO DE AROUCA E DO RIO PAIVA	22
3.1 GEOGRAFIA	22
3.2 HISTÓRIA	23
3.3 GASTRONOMIA E VINHOS	23
3.4 ECONOMIA	25
3.5 RIO PAIVA	25
3.6 NOTA FINAL	26
CAPÍTULO IV: CONTEXTUALIZAÇÃO ANALÍTICA	28
4.1 TURISMO EM AROUCA	28
4.2 TURISMO CULTURAL/RELIGIOSO	33
4.3 TURISMO NATUREZA	34
4.4 TURISMO AVENTURA	34
4.5 TURISMO GASTRONÓMICO	35
4.6 TURISMO CIENTÍFICO	35
4.7 AROUCA GEOPARK	36
4.8 NOTA FINAL	36
CAPÍTULO V: METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO	37
5.1 ETAPA 1: A PERGUNTA DE PARTIDA	38
5.2 ETAPA 2: A EXPLORAÇÃO	38
5.3 ETAPA 3: A PROBLEMÁTICA	39
5.4 ETAPA 4: A CONSTRUÇÃO DO MODELO DE ANÁLISE	39

5.5 ETAPA 5: A OBSERVAÇÃO	40
5.6 ETAPA 6: A ANÁLISE DAS INFORMAÇÕES	40
5.7 ETAPA 7: AS CONCLUSÕES	41
5.8 NOTA FINAL.....	41
CAPÍTULO VI: APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO DOS RESULTADOS.....	42
6.1 PESQUISA DE CAMPO EM AROUCA.....	42
6.2 RESULTADOS DE INVESTIGAÇÃO	43
6.3 NOTA FINAL.....	48
CAPÍTULO VII: ANÁLISE AO ESTUDO	49
7.1 ANÁLISE CRÍTICA	49
7.2 ANÁLISE SWOT	52
7.3 NOTA FINAL.....	53
CAPÍTULO VIII: CONCLUSÃO	54
8.1 CONTRIBUIÇÃO DO ESTUDO.....	54
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	57
ANEXOS	IX
ANEXO A – QUESTIONÁRIO PILOTO.....	X
ANEXO B – QUESTIONÁRIO UTILIZADO PARA O TRABALHO DE CAMPO	XII
ANEXO C – QUESTIONÁRIOS RESPONDIDOS	XIV
ANEXO D – PERCURSOS PEDESTRES	XXIV

Índice de Ilustrações

Ilustração 1: Esquema sobre aventura	14
Ilustração 2: Posicionamento dos produtos do turismo de aventura conforme o seu carácter convencional percebido.....	17
Ilustração 3: Componentes do turismo de aventura	18
Ilustração 4: Quadrantes da aventura	19
Ilustração 5: Mapa do Rio Paiva	26
Ilustração 6: Esquema sobre a metodologia	37
Ilustração 7: Atividade económica.....	44

Índice de Tabelas

Tabela 1: Tipologia voltado ao destino e à atividade	20
Tabela 2: Informações gerais	22
Tabela 3: Análise SWOT	53

Capítulo I: Introdução

O tema deste relatório de projeto está relacionado com o turismo rural e o turismo aventura, tendo como objetivo geral relacionar estas duas temáticas e o seu contributo para uma economia local como também o sistema turístico do local.

Pretende-se, mais especificamente, que com este tema se verifique qual a relação do turismo aventura no Rio Paiva e o turismo rural em Arouca. Sendo um local que se localiza no interior mas que desperta interesse para quem o visita tem também muita potencialidade para colocar a sua marca nas rotas de visita do norte do país. Para tal, é preciso que haja cada vez mais desenvolvimento no sentido de criar redes para que o turismo seja uma indústria com capacidade para se tornar num setor económico de bastante importância.

Nota-se que o recurso hídrico, Rio Paiva, é um recurso com muito potencial para que se crie e reinvente produtos turísticos diferenciados. Através das atividades no Rio Paiva, as pessoas praticam um tipo de turismo ativo, divertem-se e recordarão para sempre as suas experiências. Privilegiam o contato com a natureza e o que esta contribui para cada um, nomeadamente estimular o respeito e a conservação pela mesma.

O turismo rural de qualidade é um complemento após a experiência no Rio Paiva. Só assim é que se pode classificar da experiência no geral de excelente devido à prestação de serviços e de condições que oferecem. A tranquilidade dos espaços promovem o sossego, a paz de espírito e o contato com a natureza que as pessoas procuram para desfrutarem.

O trabalho em rede entre os diferentes setores de atividade económica são de extrema importância, sendo que são poucos os empresários que entendem a sua relevância bem como o quão é importante para a sua promoção. Mas para isso, é preciso que as entidades públicas como o Posto de Turismo insista ainda mais no interesse de trabalhar em equipa. É necessário incutir e insistir num trabalho, numa promoção e divulgação em rede.

Será apresentada uma breve caracterização do destino turístico Arouca, com o intuito de dar a conhecer a sua geografia, história, economia, gastronomia e vinhos e ainda os diferentes tipos de turismo existentes nesta pequena localidade

que são o turismo natureza, cultural/religioso, gastronómico e científico. Esta variedade permite que o visitante/turista possa optar por uma experiência no local mais ativa, passiva ou ambas, tudo depende dos seus interesses. É um destino a descobrir pelos seus fenómenos naturais como as Pedras Parideiras e as Trilobites.

A investigação iniciou-se com uma pergunta de partida “*Qual a relação do turismo aventura no Rio Paiva e o turismo rural em Arouca?*”, seguindo-se a fase exploratória com recurso à leitura e a questionários. No trabalho de campo recorre-se ao uso de questionários e alguns depoimentos que posteriormente vão ser alvo de análise. Após estas fases exaustivas retiramos as conclusões do nosso trabalho de campo. Nesta fase apresenta-se os pontos positivos e negativos que resultou da investigação. Ainda pretende-se dar sugestões que contribuam para o melhoramento das relações entre as diferentes atividades económicas como também sugerir formas para que o destino seja ainda mais conhecido, sempre com a preocupação da preservação e conservação da natureza e da cultura local. Este desenvolvimento deve ser sustentável e fazer com que os empresários sejam mais empreendedores e inovadores para se destacarem de outros destinos.

Capítulo II: Conceitos

O presente capítulo tem o intuito de esclarecer e definir alguns conceitos como turismo, sistema turístico, procura turística, oferta turística, turismo rural, turismo natureza e turismo aventura. Estes conceitos serão essenciais para entender o trabalho de campo que será desenvolvido mais à frente.

2.1 Turismo

Ao longo dos tempos, o conceito de turismo foi sofrendo mudanças relevantes.

Em 1942, os professores Walter Hunziker e Kurt Krapf definiram turismo como *“o conjunto das relações e fenómenos originados pela deslocação e permanência de pessoas fora do seu local habitual de residência, desde que tais deslocações e permanências não sejam utilizadas para o exercício de uma atividade lucrativa principal”* (Cunha, 2003:29).

No ponto de vista conceptual, Mathienson e Wall em 1982 depreende o conceito de turismo como *“o movimento temporário de pessoas para destinos fora dos seus locais normais de trabalho e de residência, as atividades desenvolvidas durante a sua permanência nesses destinos e as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades”* (Cunha, 2003:30). Este conceito abarca em simultâneo a oferta e a procura.

Do ponto de vista técnico, a OMT define o turismo como *“o conjunto das atividades desenvolvidas por pessoas durante as viagens e estadas em locais situados fora do seu ambiente habitual por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, por motivos de lazer, de negócios e outros”* (Cunha, 2003:30).

2.2 Sistema Turístico

O turismo mostra-se como um sistema, ou seja, *“como um conjunto de elementos que estabelecem conexões interdependentes entre si de carácter funcional e espacial como sejam as zonas de destino (recetoras), as rotas de trânsito e todas as atividades que produzem bens e serviços turísticos (atividade turística)”* (Cunha, 2003:111).

No turismo os elementos do sistema não podem ser afetados senão isso vai refletir-se no subsistema de emissão (procura) se houver perturbações económicas ou políticas (exemplo: inflação ou guerra). Também se houver uma alteração dos custos dos meios de transporte ou se as condições de receber nas zonas recetoras se alterarem favoravelmente ou negativamente. Assim, origina o funcionamento sensato do sistema turístico força que todos os componentes funcionem de modo harmónico.

O sistema funcional do turismo é o *“conjunto dos elementos que determinam o funcionamento do turismo e que constituem a base do seu desenvolvimento, assenta na oferta e na procura”* (Cunha, 2003:114).

A procura turística, isto é, o sujeito do sistema tem início no subsistema formado pelas zonas emissoras.

Por outro lado, a oferta associa-se pelo subsistema objeto, onde fazem parte os centros recetores (destinos), os meios de deslocação que consentem que a procura usufrua da oferta (os transportes), as entidades que proporcionam os bens e os serviços que agradam as necessidades dos turistas (as empresas), as entidades que garantem o funcionamento e administração (as organizações) e os meios que influenciam e encaminham a procura (promoção).

Outro elemento do sistema turístico são os destinos compõe-se pelas localidades turísticas que têm à disposição as atrações suscetíveis de suscitar a movimentação das pessoas, no entanto envolvem uma intervenção humana para facultar o máximo agrado aos visitantes.

Os transportes servem de garantia à ligação entre o local de origem e o destino, sendo um subsistema complicado que inclui as vias e os meios de transporte, as instalações e equipamentos nos locais de partida e de chegada como também as estruturas organizativas.

A promoção e a informação é um conjunto de atividades, iniciativas e ações que exercem influência às pessoas nas decisões sobre viagens e por outro permitem adquirir conhecimentos para uma máxima satisfação das suas viagens.

As empresas e os serviços turísticos são a componente do sistema mais importante e é a peça fundamental da produção turística: alojamento, alimentação, distribuição, diversões, ocupação de tempos livres e outros serviços.

As organizações são compostas pelos serviços do Estado, autarquias, organismos públicos locais e associações profissionais que tem o intuito de garantir o funcionamento do sistema.

Deste modo, o turismo é um sistema enérgico, estimulado por aspetos positivos e negativos cujas consequências têm de ser envolvidos por todos os intervenientes: os operadores e os agentes de viagens, os hoteleiros, a promoção, as acessibilidades ou as atrações (Gunn) (Cunha, 2003:115, 116).

2.3 Procura Turística

A procura turística é o conjunto de bens e serviços que as pessoas adquirem para realizar as suas viagens. Assim, a procura turística pode distinguir-se de várias formas: física, monetária, geográfica e global.

Na expressão física, a procura turística significa as deslocações dos indivíduos em coerência com o conceito de visitante.

Sendo assim, a procura física é composta pelos fluxos turísticos, que se medem através das chegadas às fronteiras de cada país e das dormidas nas unidades de alojamento, quer tenham origem no próprio país que no exterior.

Em relação à expressão monetária, a procura turística é o fruto do conjunto dos consumos realizados pelos visitantes de origem interna e externa, isto é, do valor das quantidades de bens e serviços que obtêm em causa das suas deslocações e que se calculam pelas receitas turísticas.

Quanto ao aspeto geográfico, a procura turística dá a conhecer as origens e os destinos. Determina os locais onde se concebem os movimentos turísticos (origens) e os locais para onde eles se dirigem com vista à satisfação das suas necessidades (destinos).

Relativamente à procura turística global promovida num país é a procura aí gerada, quer se destine a viajar para o estrangeiro quer no interior do próprio país.

Devemos ter em conta, também a procura turística efetiva e potencial. A procura efetiva é formada pelo número de pessoas que num determinado período participa na atividade turística, ou seja, que viajam por razões turísticas. Contudo, a procura turística potencial é a parte da população que num determinado

momento, não viaja por qualquer motivo mas que tem condições para viajar no futuro quando se verificarem alterações das situações que, no período considerado, impediram a realização da viagem.

A procura turística caracteriza-se pelo crescimento constante, pela heterogeneidade e pela concentração.

Assim, o crescimento constante é uma característica generalizada da procura turística que corresponde a um desenvolvimento global e universal.

A heterogeneidade é outro elemento que caracteriza a procura turística, no sentido das razões que levam as pessoas a viajar (motivações), sendo estas diversas levando a situações ímpares. Os motivos para viajar podem ser de origem pessoal (psicológicos), social (imitação, afirmação social), profissional (realização negócios, participação congressos) e familiar (visitar amigos e parentes) entre outros.

A última característica da procura turística é a concentração que pode ser no tempo, no espaço e em atrativos.

A concentração no tempo centra a procura em poucos meses do ano, durante os quais se averiguam fluxos turísticos mais elevados, levando à sazonalidade.

A concentração no espaço tanto surge do ponto de vista das origens como do ponto de vista dos destinos.

A procura turística continua a estar concentrada em atrativos. O mar, as montanhas e as grandes cidades, onde se localizam os principais centros culturais, centram os atrativos mais procurados pelos turistas e é para aí que se direcionam as correntes turísticas mais intensas.

Os fatores que determinam a procura turística influenciam as pessoas a viajar e distinguem as suas decisões quanto a inserir ou não as viagens nas suas opções de gastos. Para tal, os fatores podem ser socioeconómicos, técnicos, aleatórios e psicossociológicos.

Os fatores socioeconómicos impossibilitam ou permitem ou influenciam a decisão de viajar, ou seja, de despende dinheiro para efetuar uma viagem.

Os fatores técnicos abrangem os meios e os processos técnicos e tecnológicos que proporcionam as deslocações ou permitem a realização de viagens. O

desenvolvimento tecnológico influência a procura turística. Nota-se que o progresso tecnológico nos transportes influência mais a procura turística.

Os fatores aleatórios designam o comportamento do consumidor influenciando a procura turística e que surgem de várias situações como naturais, políticas e sociais, pois podem ser variáveis, ocasionais ou imprevisíveis.

Os fatores psicológicos indicam o comportamento dos consumidores ao nível dos gostos, as preferências e os atos do consumo turístico (Cunha, 2003:131 – 137; 148 - 149).

2.4 Oferta Turística

Genericamente pode definir-se o conceito oferta turística como o *“conjunto de todas as facilidades, bens e serviços adquiridos ou utilizados pelos visitantes bem como todos aqueles que foram criados com o fim de satisfazer as suas necessidades e postos à sua disposição e ainda os elementos naturais ou culturais que concorrem para a sua deslocação”* (Cunha, 2003:175).

A oferta turística define-se por um conjunto de seis características diferenciadas que lhe são próprias:

1. Os bens produzidos não podem ser armazenados porque em turismo os bens e serviços são gerados no momento em que são consumidos, pois não há a possibilidade de armazenar para uso posterior. Assim não há stocks. Por isso, se não houver procura não há produção.
2. O consumo turístico é condicionado pela presença do cliente, visto que é preciso que haja cliente para haver produção.
3. Simultaneidade da produção e do consumo, isto é, a produção e o consumo andam lado a lado. Surgem no mesmo local e ao mesmo tempo, logo só existe produção quando houver consumo.
4. A oferta turística é imóvel, pois não se pode mover a oferta turística para outro local.
5. O produto turístico é compósito, porque qualquer viagem suporta um conjunto ínfimo de bens e serviços como deslocação (transportes), alojamento e alimentação.

6. Intangibilidade devido à impossibilidade de testar, observar os produtos turísticos antes de decidir a compra. Os produtos turísticos somente podem ser experimentados e visionados no momento do consumo.

Deste modo, a oferta turística de um destino é formado por um leque de elementos variados. As principais componentes da oferta turística são:

- Recursos turísticos são a componente essencial da oferta. Os elementos básicos são o clima, a flora e a fauna, a paisagem, as praias e as montanhas (recursos naturais) e ainda a arte, a história, os monumentos, os parques temáticos (recursos criados pelo homem);
- Infraestruturas resume-se às construções de sistemas de abastecimento de água, rede de esgotos, gás e eletricidade, sistemas de drenagem, estradas, aeroportos, parques de estacionamento, marinas e facilidades de transporte;
- Superestruturas são equipamentos que saciam as necessidades da procura turística como alojamento, restaurantes, entretenimento e diversões, estabelecimentos comerciais, etc;
- Acessibilidades e transportes são constituídos pelas estradas mas também pelos meios de transporte e sua organização;

Hospitalidade e acolhimento é uma componente relevante da procura turística porque é preciso ser hospitaleiro, que haja cortesia, deferência, ter em atenção o bem servir como também a atmosfera, a limpeza, a informação e as condições criadas para rececionar bem os visitantes (Cunha, 2003: 177-179).

2.5 Turismo Rural

As zonas rurais julgam-se aquelas em que existe uma relação tradicional e relevante à agricultura ou ambiente e uma paisagem com características vincadamente rurais.

Assim, *“designa-se por turismo rural o serviço de hospedagem de natureza familiar prestado a turistas em casas rústicas particulares que, pela sua traça, materiais construtivos e demais características, se integrem na arquitetura típica regional”* (Decreto-lei Nº 59/2002 de 11 de Março, artigo 5º).

Os empreendimentos de turismo no espaço rural são aqueles que *“prestam serviços temporários de hospedagem e de animação a turistas, realizados e prestados em zonas rurais, dispondo para seu funcionamento de um conjunto adequado de instalações, estruturas, equipamentos e serviços complementares”* (Decreto-lei Nº 59/2002 de 11 de Março, artigo 2º).

As instalações de empreendimentos turísticos no espaço rural devem *“integrar-se de forma a preservar, recuperar e valorizar o património arquitetónico, histórico, natural e paisagístico das respetivas regiões”* (Decreto-lei Nº 59/2002 de 11 de Março, artigo 2º).

As tipologias que dizem respeito ao turismo em espaço rural são: turismo de habitação, turismo rural, agroturismo, turismo de alfeia, casa de campo, hotéis rurais e parques de campismo rurais (Decreto-lei Nº 59/2002 de 11 de Março, artigo 2º).

A oferta de turismo rural deveria facultar uma adaptação num meio que se distinga do meio urbano, criar oportunidades para usufruir da paisagem e da natureza, considerar a cultura e as tradições, interagir socialmente de forma mais restrita, que se caracteriza por uma grandeza autêntica de hospitalidade, levando à personalização do serviço.

Os proprietários de empreendimentos de turismo em espaço rural podem assumir um papel importante porque muitos deles não geram um negócio somente para trabalhar, mas também para viver nele. Desta forma, podem ter uma oferta mais personalizada e exclusiva de serviços turísticos que levem o visitante a usufruir de uma experiência mais profunda e natural num determinado espaço e sociedade, aspetos muito enaltecidos pelos segmentos-alvo do turismo em espaço rural (Figueiredo, 2011: 207).

2.5.1 Empreendedorismo em Espaço Rural em Portugal

Um empreendedor de um negócio de turismo no espaço rural no geral caracteriza-se pela pouca motivação pela maximização do lucro ou pelo crescimento das empresas (Figueiredo, 2011: 210).

Em Portugal, verifica-se que os proprietários de negócios de turismo em espaço rural fruem algum património económico e cultural e não compõem um conjunto

homogéneo. Assim, podem enquadrar-se em três grupos distintos (Figueiredo, 2011: 210):

- Proprietários relacionados com a antiga nobreza da província, tendo como intuito particularmente resgatar e conservar na família o património;
- Antigas instalações agrícolas são revitalizadas por criadores de animais e agricultores.
- Empreendedores que restauram e adequam antigas residências, com o objetivo de gerar dividendos de exploração turística (Figueiredo, 2011: 210).

2.5.2 A Oferta e a Procura do Turismo em Espaço Rural em Portugal

A capacidade de alojamento no ano 2008 em Portugal e em funcionamento eram de 1.047 unidades de turismo de habitação e turismo no espaço rural o que, em relação à oferta equivalem a uma capacidade de 11.692 camas. As unidades relativas ao conjunto do turismo no espaço rural figuram 40 % do total.

A nível regional nota-se que 82% das unidades de turismo de habitação e turismo no espaço rural em atividade situavam-se nas regiões Norte (43,8%), Centro (22,2%) e Alentejo (15,9%), oferecendo uma oferta de 9.698 camas.

Estima-se que as dormidas em 2008 foram de 523,5 mil dormidas em empreendimentos de turismo de habitação e turismo no espaço rural.

Através do procedimento da procura ao longo de 2008, verificou-se que o mercado interno exibiu valores maiores aos atingidos pelo mercado externo, exceto nos meses de Julho e Outubro.

O conjunto das regiões Norte, Alentejo e Centro concentram 75%, ou seja, 391,8 mil do total das dormidas consideradas para o país (523,5 mil).

Na região Norte estimaram-se 159mil dormidas, das quais cerca de 102 mil originadas por residentes em Portugal e 57 mil por estrangeiros.

Para a região Centro estimaram-se 108 mil dormidas, enquanto que o Alentejo obteve 125 mil dormidas.

Os hotéis rurais (18,9%), agro-turismo (12,2%), casas de campo (19,4%), reuniram 50,5% das dormidas estimadas para o conjunto dos empreendimentos

de turismo no espaço rural, reunindo 264 mil dormidas. O turismo rural com 147 mil dormidas e o turismo de habitação com 103,4 mil representam juntamente 48% do total de dormidas.

As regiões onde houve uma concentração da procura mais vincada são no Centro, Alentejo e Norte, visto que o mercado nacional ocupou uma posição com maioria com quotas de 74%, 65% e 64%, respetivamente.

Em 2008, a Alemanha ocupa a 1ª posição dos mercados estrangeiros com 58 mil dormidas e uma quota de 25%, seguida de Espanha em 2º lugar com 33 mil dormidas e uma quota de 14%. A 3ª posição é ocupada pela Holanda e o Reino Unido com uma quota de 12% do total das dormidas dos estrangeiros. A França surge em 4º lugar com 20 mil dormidas, ou seja, 9% do total das dormidas (Turismo de Portugal, 2009:4-9).

2.6 Turismo Natureza

No turismo de Natureza existem experiências com enorme valor simbólico, interage-se e desfruta-se da natureza.

As principais atividades na natureza são as atividades desportivas, observação da natureza e atividades de interesse especial.

Os mercados deste tipo de turismo dividem-se em dois tipos: natureza “soft” e natureza “hard”.

O mercado de natureza “soft”, as experiências fundam-se na prática de atividades ao ar livre mas de baixa intensidade como passeios, excursões, percursos pedestres, observação da fauna, etc. Este tipo de mercado é cerca de 80% do total de viagens de natureza.

O mercado de natureza “hard”, as experiências referem-se à prática de desportos na natureza tal como rafting, kayaking, hiking, climbing, etc e/ou de atividades que exigem um alto grau de concentração de conhecimento como o birdwatching. Este mercado é cerca de 20% do total das viagens de natureza (THR, 2006:9).

2.6.1 Perfil Básico dos Consumidores de Viagens de Natureza

O perfil básico dos consumidores de viagens de natureza existentes são dois, “soft” e “hard”, cujas diferenças são detalhadas seguidamente.

Os consumidores de natureza “soft” incluem famílias com filhos e reformados. Adquirem a informação através de brochuras e informação interpessoal. Compram as suas experiências em agências de viagens e call centres. O alojamento predileto são pequenos hotéis de 3-4 estrelas ou casas rurais e compram na maioria no verão porque coincide com o período de férias. Os indivíduos que compram são famílias, casais e grupo de amigos e por ano compram 1 a 2 vezes. Procuram descansar e desligar no meio natural, caminhar e descobrir novas paisagens, visitar atrativos interessantes e gosto pela fotografia.

Quanto ao consumidor de natureza “hard” são jovens entre os 20 e 35 anos, estudantes e profissionais liberais, praticantes/aficionados de desportos ou atividades de interesse especial. Recolhem informação através de revistas especializadas, clubes/associações e na internet. Recorrem à internet e a associações especializadas para comprarem as suas experiências. Optam por alojamento bed & breakfast, alojamentos integrados na natureza como casas de campo, campismo e refúgios na montanha. As épocas do ano mais pretendidas são a Primavera e o Verão, sendo que depende do tipo de atividade ou desporto. As pessoas que compram são ao nível individual ou grupo de amigos e compram frequentemente ao longo do ano. As atividades que desenvolvem são a prática de desportos ou atividades de interesse especial, aprofundar o conhecimento da natureza e educação ambiental (THR, 2006:14).

2.6.2 Oportunidades

O Turismo de Natureza é um tipo de turismo que oferece ao visitante interação com a natureza. Este tipo de turismo tem aumentado na Europa cerca de 7% nos últimos anos e as previsões indicam que a taxa de crescimento continuará a aumentar. Os fatores que contribuem para este aumento incluem:

- Maior consciência ambiental entre a população dos países emissores;

- Preferência pelas áreas envolventes não massificadas como destino de viagem;
- Preferência por férias ativas em vez de férias passivas;
- Busca de experiências autênticas e de valores éticos;
- Vasta oferta de viagens de Natureza na internet, de modo acessível a uma grande parte da população (THR, 2006:17).

2.6.3 Turismo Natureza em Portugal

A quantidade e a qualidade dos recursos base do turismo natureza em Portugal são elevadas e torna o destino competitivo.

Uma vasta fatia do território português é composta por áreas protegidas, cerca de 21%, como parques e reservas naturais.

Atualmente, a legislação portuguesa classifica em cinco tipos de áreas protegidas: Parque Nacional, Parque Natural, Reserva Natural, Monumento Natural Paisagem Protegida (THR, 2006:23).

Além dos espaços com classificação específica, existem outras áreas no nosso país com características específicas para a prática do Turismo de Natureza. Relativamente, às zonas de montanha devemos considerar de interesse a Serra da Freita (Arouca), a Serra da Lousã e a região da Meseta Meridional onde se situa o Geoparque.

Os rios onde se praticam atividades de canoagem, rafting e canyoning não devem ser esquecidos, como o Rio Minho, Tâmega, Paiva, Mondego, Zêzere e Teixeira.

As ilhas dos Açores e da Madeira possuem características especiais a nível geológico e a biodiversidade fazem com que se tornem em locais de excelência para o desenvolvimento do Turismo da Natureza.

2.7 Turismo Aventura

A aventura está em evidência no turismo mundial, e devido ao seu carácter inovador está a merecer uma reavaliação do valor das definições mais convencionais.

O termo “aventura” é evocativo para muitas pessoas, imagens e associações invadem a mente à simples menção da palavra. A imaginação e a emoção certamente fazem parte da experiência de aventura.

As palavras que apresentaremos de seguida são usadas regularmente em revistas e folhetos anunciando produtos de aventura (Ilustração1).

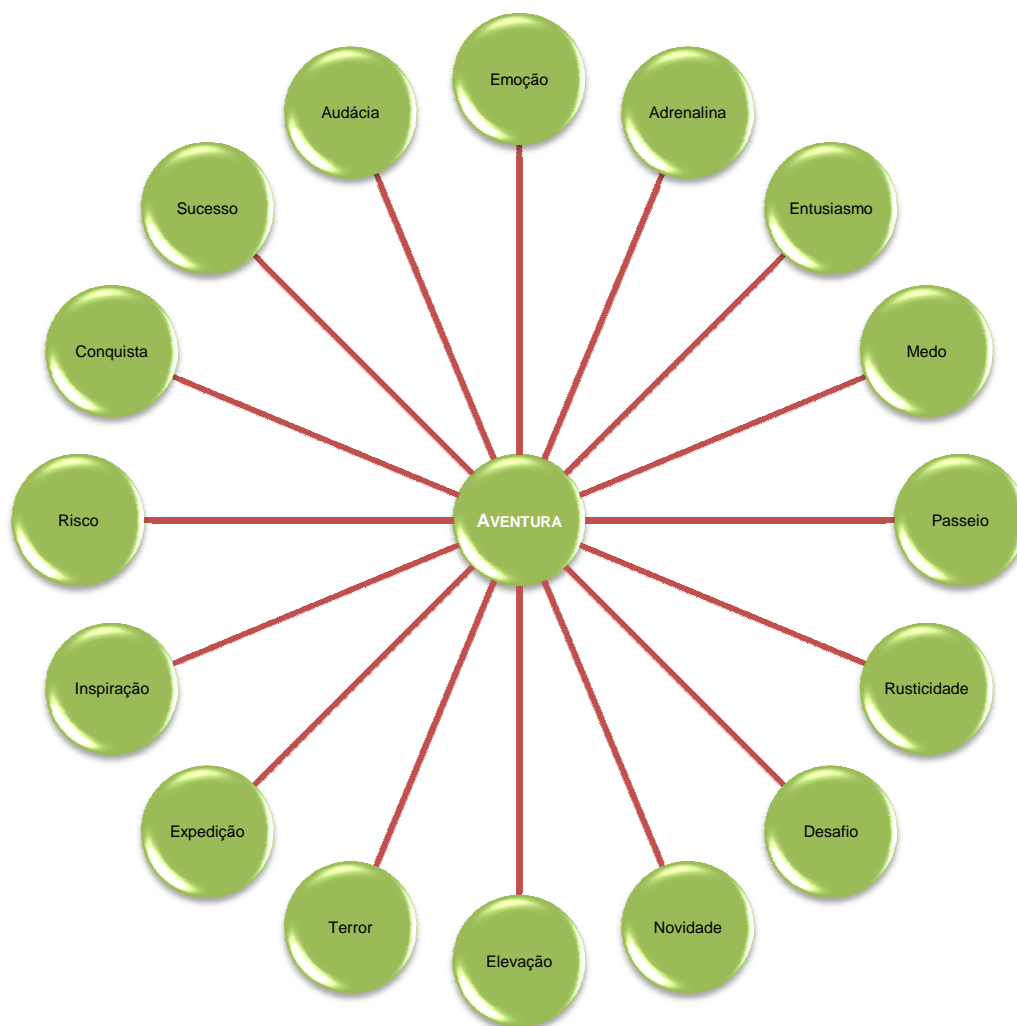


Ilustração 1: Esquema sobre aventura
Fonte: Autor

2.7.1 Características da Aventura

Não acreditamos que a natureza da aventura possa ser eficientemente traduzida por uma só característica, o que se segue é uma tentativa de delinear as qualidades essenciais da aventura.

Os pontos que abaixo se seguem resumem as características ou qualidades fundamentais da aventura:

- Resultados incertos;
- Perigo e risco;
- Desafio;
- Expetativa de recompensas;
- Novidade;
- Estímulo e entusiasmo;
- Escapismo e separação;
- Exploração e descoberta;
- Atenção e concentração;
- Emoções contrastantes.

Muitas dessas qualidades são interligadas e interdependentes, por exemplo, a novidade contribui tanto para a sensação de desafio quanto para o grau de estímulo. Nenhuma dessas qualidades em si representa aventura se tomada separadamente. No entanto, quando todas estão presentes, acreditamos que a aventura praticamente garantida (Swarbrooke, 2003).

2.7.2 Produtos do Turismo de Aventura

O turismo de aventura implica atividades de viagem e lazer que são combinadas na esperança de produzirem uma experiência de aventura recompensadora. Essa experiência será de natureza intensiva e envolverá uma série de emoções, entre as quais o entusiasmo será a principal. Ela vai resultar em riscos e desafios intelectuais, espirituais, físicos ou emocionais. O “veículo” ou “produto” que abrange a experiência do turismo de aventura é composto a partir dos constituintes básicos de uma experiência do turismo: contexto ambiental; atividades principais e transporte, e eles podem contribuir de forma parcial ou integral com estímulo para a aventura (Swarbrooke, 2003).

2.7.3 Definição de Turismo de Aventura

Teoricamente, o turismo de aventura pode existir independente do lado da oferta da indústria do turismo, porque o consumidor/participante decide experiência turística é ou não uma aventura. No entanto, uma visão pluralista do turismo de aventura reconhece que o lado da oferta da indústria do turismo, cria produtos que atendem os requisitos do turismo de aventura e os comercializa como turismo de aventura. A série de atividades e contextos que possibilitam ou abarcam o turismo de aventura é infinita à vista da natureza subjetiva da aventura. Além disso, a intensidade da aventura pode ser variada. Hunt (1989), ao analisar o papel da educação em ambientes ao ar livre e ao promover a aventura para jovens, teoriza que a aventura pode ser ajustada de acordo com:

- O grau de isolamento;
- Os níveis exigidos de habilidade;
- Os níveis de esforços exigidos;
- Oportunidade de responsabilidade;
- O nível de adaptação.

Os fatores “subjetividade” e “intensidade” remetem a um grande número de “produtos” que poderiam encaixar-se no perfil. A indústria do turismo tem combinado nos seus produtos atividades e lugares que são tradicionalmente associados a uma visão estereotipada de aventura, como desafios físicos ou excursões para lugares isolados, exóticos ou cercados por verde. Não há dúvida que isso acontece devido ao facto dessas associações instantaneamente comunicarem ao cliente um senso de “aventura”, oferecendo menos riscos à operadora. A figura que abaixo se segue (Ilustração 2) mostra como os novos produtos são vistos em relação às concepções convencionais de aventura e turismo (Swarbrooke, 2003:28).

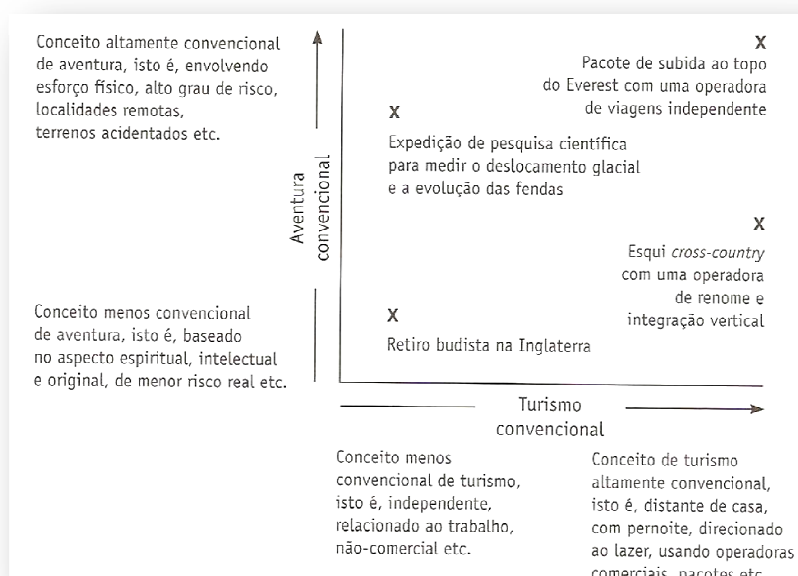


Ilustração 2: Posicionamento dos produtos do turismo de aventura conforme o seu caráter convencional percebido
 Fonte: Swarbrooke, 2003:29

Todavia, afirmamos que essa visão convencional de turismo de aventura possui limitações e tende a mudar. A nossa própria interpretação de turismo de aventura leva-nos a entender que novas classificações surgirão nessa área, incluindo tópicos como:

- Ambientes artificiais;
- Exploração das cidades;
- Desafios com fins beneficentes;
- Expedições conservacionistas;
- Turismo hedonista;
- Elevação espiritual;
- Realidade virtual;
- Turismo sexual;
- Viagem de volta ao mundo (Swarbrooke, 2003:29).

Os turistas estão a adquirir maior experiência e habilidade para identificarem as suas necessidades e a procurar atividades que os satisfaçam. A sua consciência de alternativas da aventura é estimulada pela exposição à crescente cobertura

que os média dedicam a esse tópico em curso. Nesse caso, as operadoras que procuram um aspeto de maior competição estão a criar e a vender uma série de produtos inovadores para atrair o turista aventureiro. Produtos novos serão criados reconsiderando oportunidades em termos de aluguer, transportes e outras atividades “essenciais” (Ilustração3) (Swarbrooke, 2003:30).

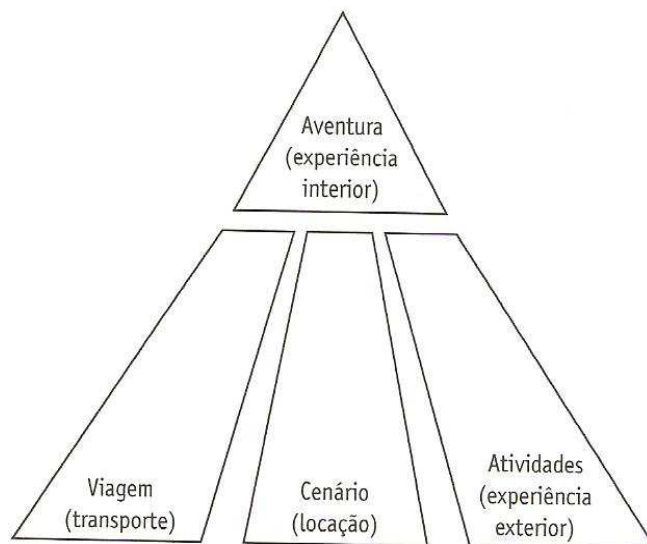


Ilustração 3: Componentes do turismo de aventura
Fonte: Swarbrooke, 2003:30

Os aperfeiçoamentos de produtos existentes resultarão em produtos altamente direcionados, por exemplo o volume de trabalho guiado e assistência, oferecidos no local serão moldados para se adequar aos níveis de competência de grupos específicos de consumidores.

Essa expansão e diversificação já estão em andamento e, conforme observa Addison (1999), *“é um engano falar em aventura sem reconhecer que a “indústria” tem exercido uma grade diversificação para atrair diferentes segmentos da humanidade”*. Na verdade, do nosso ponto de vista as operadoras estão a incrementar os trabalhos dos média ao enunciar o tema “aventura” nos seus materiais de marketing e a despertar um desejo adormecido nos sectores mais sonolentos do mercado! Consequentemente, o turismo de aventura por mais nebuloso que seja o termo, é algo que a indústria do turismo não se pode dar ao luxo de ignorar (Swarbrooke, 2003:30).

2.7.4 Tipologias do Turismo de Aventura

Seguidamente serão apresentadas as tipologias do turismo de aventura sugeridas pela literatura (e.g. Swarbrooke, 2003:31), a saber:

- **Aventura e independência;**

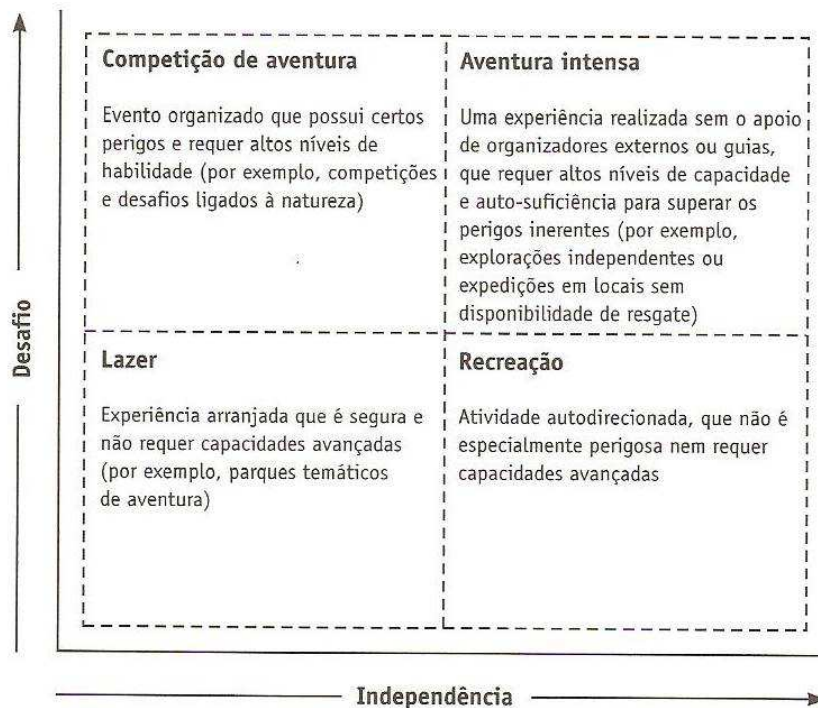


Ilustração 4: Quadrantes da aventura
 Fonte: Swarbrooke, 2003:31

- **Aventura “intensa” e “leve”;**

Esta tipologia de turismo aventura divide-se em aventura “intensa” e “leve” que será explícita de seguida:

Aventura leve – “*Refere-se a atividades de risco previsto, porém com baixos níveis de risco real, necessitando de esforço mínimo e de capacidade de iniciante; a maioria dessas atividades é liderada por guias experientes*”.

Aventura Intensa – “*Refere-se à atividade com altos níveis de risco, requerendo esforço intenso e capacidades avançadas*” (Swarbrooke, 2003:32).

- **Turismo de aventura voltado ao destino e à atividade.**

Esta última tipologia caracteriza-se por:

Voltado ao destino	Voltada à atividade
Por veículo	Intenso
Sem veículo	Leve

Tabela 1: Tipologia voltado ao destino e à atividade

Fonte: Swarbrooke, 2003:34.

As viagens de aventura direcionadas ao destino, mostram que o destino é o mais relevante aspeto da viagem e o viajante interessasse na paisagem e na sua envolvente. Quanto às viagens relativas à atividade, o aspeto saliente é a atividade (Swarbrooke, 2003:34).

2.7.5 Desenvolvimento da Indústria do Turismo de Aventura

O fenómeno do turismo de aventura tem vindo atualmente a receber bastante atenção. Apesar das dificuldades em defini-lo, ele é frequentemente reconhecido como um dos segmentos de maior expansão na indústria do turismo, especialmente regiões mais desenvolvidas. Por exemplo, ele é “... *do sector de maior crescimento da indústria do turismo nos EUA*” (Loverseed, 1997:90), e “*a taxa de crescimento anual da viagem de aventura na Europa está avaliada em 13% a 15%*” (Smith e Jenner, 1999).

Sem dúvida o crescimento do turismo de aventura é em parte resultado de um relançamento de atividades existentes e de um rebatismo como sendo “aventura”. Contudo, o surgimento do turismo de aventura como um rótulo apelando tanto para os fornecedores, tanto para os consumidores da indústria do turismo, significa que ele atingiu uma corda de ressonância e tem possibilidades de se continuar a expandir num futuro próximo. Essa ressonância tem sido reconhecida pela WTO (1997:28), que observa no seu estudo Visão 2020 uma tendência de pluralização de gostos turísticos, voltados ao conforto e orientados à aventura. A WTO também espera que o turismo possa desenvolver-se em torno dos três “e’s”, entretenimento, educação e entusiasmo. O turismo de aventura tem todas as condições para suprir essas qualidades.

Parece inegável que a percepção do significado do turismo de aventura está a crescer. Em vista a essa crescente consciência, para muitas pessoas, essa seria na verdade uma nova forma de turismo. No entanto, isso não se aplica. Os temas constantes da atual indústria turismo de aventura têm um passado longo e honroso (Swarbrooke, 2003).

2.8 Nota Final

Tendo em mente o enquadramento descrito nas páginas anteriores, o presente trabalho prossegue com a caracterização do local de estudo, no capítulo seguinte, que servirá de base à componente empírica que se lhe seguirá.

Capítulo III: Caraterização de Arouca e do Rio Paiva

É essencial caraterizar o local de estudo para dar a conhecer as suas caraterísticas quer a nível da geografia, da história, da gastronomia e vinhos, da economia de Arouca e do Rio Paiva.

3.1 GEOGRAFIA

No nordeste do distrito de Aveiro situa-se o município de Arouca com uma área total de 327km², estando distante de Aveiro 60 km e 50km do Porto. Integra-se na NUT III Entre Douro e Vouga fazendo fronteira com os concelhos de Castelo de Paiva, Santa Maria da Feira, Oliveira de Azeméis, Vale de Cambra e Gondomar. Também os concelhos de São Pedro do Sul, Castro Daire e Cinfães do distrito de Viseu fazem fronteira com Arouca.

Carateriza-se por um município com um relevo bastante acidentado devido às montanhas, principalmente o Maciço da Gralheira.

O concelho é formado por vinte freguesias (Albergaria da Serra, Alvarenga, Arouca, Burgo, Cabreiros, Canelas, Chave, Covêlo de Paivó, Escariz, Espiunca, Fermedo, Janarde, Mansores, Moldes, Rossas, Santa Eulália, São Miguel do Mato, Tropêço, Urrô e Várzea), sendo que algumas delas estão espalhadas pelo vale ou pela serra. O verde é a cor que prevalece numa terra, onde os pomares, as hortas, as sementeiras nos campos, os vinhedos e as matas completam a paisagem (Ver Portugal, 2013).

De acordo com os Censos 2011 residem no concelho de Arouca 22.359 indivíduos. A população é composta por 7.470 famílias. Através da tabela 2 verifica-se que Arouca diminuiu a sua população residente entre 2002 e 2011. (INE, S.D.)

Distrito	Aveiro
Área Total	327 Km ²
População Residente	24028 Indivíduos (2002) 22359 Indivíduos (2011)
Edifícios	9967 (2011)
Núcleos Familiares Residentes	10736 (2011)
Atividades Económicas: Agricultura, transformação de madeiras, comércio, pastorício, indústria de calçado, transformação de ardósias e metalomecânica.	

Tabela 2: Informações gerais
Fonte: Autor

3.2 História

A história de Arouca é conhecida desde os tempos longínquos, devido à existência de alguns vestígios pré-históricos.

A civilização romana também deixou a sua marca através de uma via romana que começava em Viseu e cruzava o concelho de Arouca rumo ao Porto.

Nota-se a presença de populações de origem germânica, que resultam das invasões barbaras, devido à toponímia como exemplo os nomes Sá, Sarail, Alvarenga, Burgo, Escariz, Friães e Melareses.

Com as invasões muçulmanas, os núcleos habitacionais de Arouca ficaram quase desertos da população cristã, que se asilou em sítios mais a Norte, de onde terá voltados mais tarde com os avanços da reconquista cristã para Sul e a instabilidade afastou-se.

A Infanta D. Mafalda, filha de D. Sancho I contribui para a história e desenvolvimento de Arouca com a fundação do Mosteiro no século X.

A história de Arouca anda de mãos dadas com o Mosteiro de Arouca. O povo arouquense viveu, trabalhou, rezou e gozou os seus tempos livres em seu redor durante muitos séculos.

O Mosteiro de Arouca, nos primeiros anos do século XIII passou para a posse da Coroa e D. Sancho I deixou-o em testamento para a filha D. Mafalda.

Já no controlo de D. Mafalda, o Mosteiro era o responsável pela dinâmica económica de Arouca.

Após a morte de D. Mafalda evocou-se a sua proteção, sua memória, sua fama de santa e o seu culto (Saraiva, 2004).

3.3 Gastronomia e Vinhos

A Raça Arouquesa (vitela, novilho, vaca e boi) cuja carne tem a Denominação de Origem Protegida e certificada desde de 1998.

Esta raça faz parte de uma região delimitada. Produz-se nos concelhos de Cinfães, Castro Daire, São Pedro do Sul, Arouca, Vale de Cambra, e Castelo de Paiva a sul do rio Douro, e a norte do rio os concelhos de Baião, Amarante e Marco de Canaveses.

Os animais desta raça são criados em liberdade e alimentam-se nas pastagens das encostas serranas caracterizando a sua carne por tenra e um sabor único.

Relativamente ao aspeto dos animais da raça arouquesa, estes caracterizam-se por uma estatura e corpulência média e uma pelagem que oscila entre o claro-palha até à cor castanha.

Os modos de confeção desta carne são variados como vitela assada, posta arouquesa, costela arouquesa, bife de alvarenga, entre outros. É difícil resistir a qualquer prato.

O cabrito assado da Gralheira é outro prato típico da região.

A doçaria conventual de Arouca é muito vasta e deliciosa. Os segredos de confeção da doçaria permanecem desde o tempo em que as freiras habitavam o Convento, temos as castanhas doces, o manjar de língua, as barrigas de freira, as roscas e charutos de amêndoa, as morcelas doces e a bola de S. Bernardo.

Ainda existe a doçaria regional como o pão-de-ló, cavacas e melindres, também estes doces maravilhosos (CM Arouca, S.D.).

Comer e chorar por mais!!!

O Vinho Verde, em Arouca é bastante consumido, visto que o concelho vizinho de Castelo de Paiva é um grande produtor na região.

Este vinho tem um grande valor económico, cultural e turístico. É um vinho de excelente qualidade e único na região noroeste de Portugal. As suas características são ímpares e devem ser degustadas e apreciadas pelos visitantes. Caracteriza-se por um vinho com um baixo teor alcoólico, pouco calórico, mas é um vinho frutado, fácil de beber. Enquadra-se perfeitamente como aperitivo, refeições leves tal como: saladas, peixes, mariscos, carnes brancas, tapas, sushi, sashimi entre outros pratos internacionais (Comissão Viticultura da Região dos Vinhos Verdes, S.D.).

As características mencionadas apenas são possíveis graças às características do solo, clima e à rede fluvial. Mas também as castas autóctones da região são únicas e as formas de cultivo contribuem para o sucesso e distinção do vinho em todo o mundo.

A junção da gastronomia arouquesa com o Vinho Verde dá um toque especial à refeição, nomeadamente no acompanhamento dos doces típicos de Arouca.

3.4 Economia

A economia de Arouca é diversificada mas com maior impacto do setor primário no concelho: agricultura e pastorícia. A transformação de madeiras também tem destaque na economia local. A indústria do calçado, a transformação de ardósias e metalomecânica têm expressão. O setor terciário é representado pelo comércio. Em Arouca, a economia é pouco variada. É um local rural e muito dedicado à agricultura, pois é o meio de subsistência para grande parte da população local.

3.5 Rio Paiva

O Rio Paiva nasce na Serra da Nave em Moimenta da Beira e desagua no Rio Douro em Castelo de Paiva. Tendo uma extensão de 11km e uma área da bacia de 77km² é considerado o rio menos poluído da Europa, por isso ainda é o local de desova da truta. O Rio Frades e o Rio Paivô são os principais afluentes. Este rio na sua extensão abrange dez concelhos (Moimenta da Beira, Sernancelhe, Sátão, Vila Nova de Paiva, Viseu, Castro Daire, São Pedro do Sul, Arouca, Cinfães e Castelo de Paiva) entre as Serras de Leomil, Freita e Montemuro (Ilustração 5).

O vale do Rio Paiva divide-se em duas partes. A Região do Alto Paiva (de Moimenta da Beira a Vila Nova de Paiva) distingue-se pelo planalto formado por bosques de carvalhos e castanheiros. A partir do Baixo Paiva (entre Castro Daire até à foz), o rio ganha força e aparecem os famosos rápidos por uma zona montanhosa e de grandes desfiladeiros que o tornam inacessível em grande parte do percurso.

O seu percurso de água corre num vale com vertentes de declive suave, prevalecendo os matos, campos agrícolas e prados. Assim, no troço médio, o rio encaixa-se com matos e manchas de pinheiro, enquanto que nas margens revezam troços rochosos com afloramentos, bancos de pedras e troços com margens de terra, exibindo uma vegetação ripícola bem conservada e desenvolvida.

A vegetação ripícola existente ao longo do Rio Paiva são espécies como amieiros, salgueiros, borrazeira branca, borrazeira preta e freixo. Em relativo bom estado de

conservação. Também, é frequente encontrar outra espécie, carvalho alvarinho fragmentados. As acácias e os eucaliptos também constituem uma ameaça.

Há muito tempo que é justo a fomentação de uma área protegida devido aos aspetos faunísticos, florísticos, geológicos, paisagísticos, arquitetónicos, etnográficos e recursos naturais.

O rio mas também a sua bacia agrega condições naturais de enorme qualidade bem como expressivos valores sócio-culturais (SOS Rio Paiva, 2013).



Ilustração 5: Mapa do Rio Paiva
Fonte: SOS Rio Paiva

3.6 Nota Final

Arouca é um concelho do interior do país mas que fica a 50 km Porto. É vincada ainda a ruralidade, pois as principais atividades económicas são a agricultura, pastorícia e a transformação de madeiras. A sua história centra-se no Mosteiro de Arouca e na D. Mafalda. A gastronomia é vasta e diversificada e exemplo disso é a vitela e o cabrito assado, posta arouquesa. A doçaria conventual é deliciosa e saborosa como são as castanhas doces, barrigas de freira entre outros e a

doçaria regional passa pelo pão-de-ló, melindres e cavacas. Tudo isto acompanhado pelo vinho verde da região.

O Rio Paiva ficou conhecido pelo rio mais limpo e pelas suas águas bravas para a prática de vários desportos de aventura.

O próximo capítulo refere-se aos recursos turísticos e aos produtos turísticos existentes em Arouca.

Capítulo IV: Contextualização Analítica

Arouca oferece produtos turísticos espantosos e a sua atividade turística é muito variada e atrativa.

Primeiramente, será apresentado o Turismo em Arouca focando os produtos turísticos existentes e de seguida será evidenciado os tipos de turismo explícitos em Arouca. Optou-se por este método para dar a conhecer melhor o destino turístico em causa.

4.1 Turismo em Arouca

Arouca dispõe de condições para a prática de turismo e estruturas para esse fim.

A atividade turística só é possível de existir quando há:

- Empreendimentos turísticos;
- Alojamento local;
- Restauração;
- Animação;
- Museus e centros;
- Percursos pedestres;
- Roteiros;
- Artesanato;
- Visitas interpretadas;
- Central de reserva.

Existe uma enorme diversidade de serviços para escolher. Desde uma oferta cultural, natural e desportiva.

Para um visitante/turista com uma vertente mais ativa em Arouca existem algumas empresas de animação turística que promovem atividades no Rio Paiva tais como:

- Rafting;
- Canyoning;
- Canoagem;
- Hidrospeed;

- Kayak-raft.

Estas mesmas empresas também disponibilizam atividades na serra como:

- Caminhadas;
- Paint-ball;
- Tiro com arco;
- Orientação;
- Passeios todo o terreno;
- Passeios btt;
- Pedestrianismo;
- Montanhismo;
- Escalada;
- Marcha de montanha;
- Sobrevivência;
- Jogos tradicionais;
- Multiactividades;
- Slide;
- Rappel;
- Tirolesa;
- Tiro com besta;
- Zarabatana.

Estas empresas têm um vasto leque de oferta para agradar todos os gostos e satisfazer as escolhas de cada visitante/turista.

O destino Arouca ainda caracteriza-se pela sua vertente cultural existindo museus e centros interpretativos: Centro de Interpretação Geológica de Canelas; Casa das Pedras Parideiras; Museu de Arte Sacra no Mosteiro de Santa Maria de Arouca e Museu Municipal de Arouca.

- **Centro de Interpretação Geológica de Canelas**

Este museu foi inaugurado a 1 de Julho de 2006 é privado e acolhe um dos geossítios mais importantes do Arouca Geoparque – uma coleção de

fósseis de trilobites gigantes. Caracteriza-se pela maior trilobite do mundo e estes animais marinhos podem ser vistos neste museu.

- **Casa das Pedras Parideiras**

A Casa das Pedras Parideiras é o mais recente equipamento no Arouca Geoparque e foi apenas inaugurado a 3 de Novembro de 2012. Esta casa tem como objetivo a conservação, a compreensão e valorização deste património único no mundo, como também pretende-se promover as visitas turísticas e educativas.

- **Museu de Arte Sacra**

O museu situa-se no edifício do Mosteiro de Arouca. Existem vários objetos de culto, paramentos, peças de mobiliário e manuscritos litúrgicos, ainda encontram-se peças raríssimas de escultura, pintura, tapeçaria e ourivesaria.

- **Museu Municipal de Arouca**

A inauguração deste museu aconteceu a 18 de Maio de 2002 e pretende preservar as memórias e as tradições de um povo rural, mas também focar o património geológico e arqueológico do concelho.

Os 14 percursos pedestres têm destaque no destino e são implementados no Arouca Geoparque. Ao longo dos caminhos percorrem-se diversas paisagens, conhecem-se aldeias tradicionais, observa-se a fauna, a flora e os locais de interesse geológico. São uma excelente opção para a prática desportiva.

- PR1 – Caminhos do Montemuro;
- PR2 – Caminhos do Vale Urtigo;
- PR3 – Caminhos do Sol Nascente;
- PR4 – Cercanias da Freita;
- PR5 – Rota das Tormentas;
- PR6 – Caminho do Carteiro;
- PR 7 – Escarpas da Mizarela;

- PR 8 – Rota do Ouro Negro;
- PR9 – Rota do Xisto;
- PR13 – Na Senda do Paivô;
- PR14 – A Aldeia Mágica;
- PR 15 – Viagem à Pré-História;
- PR16 – Caminhada Exótica (vide anexoIV)

As rotas turísticas são promovidas pela AGA – Associação Geopark Arouca e sugerem seis rotas turísticas no Arouca Geopark, com programas de visitas diferenciados que podem ser de dois dias e uma noite e de três dias e duas noites. Estas rotas têm o intuito de dar a conhecer o território Geopark e o seu precioso património de forma organizada, brindando com experiências únicas. O turista consegue escolher o programa dentro das temáticas o que se adequa melhor às suas necessidades. As rotas existentes são:

- Cultura – “Viagem Cultural”;
- Natureza – “Sentir a Natureza”;
- Ciência – “Em busca do saber”;
- Aventura – “Aventure-se no Geopark”;
- Gastronomia – “Sabores do Geopark”;
- Geoturismo – “Á descoberta dos Geossítios”.

No que diz respeito ao artesanato, este é vasto e muito diferenciado. Os principais materiais usados na confeção do artesanato são o vime, a madeira, a lousa e o linho que posteriormente são transformados pelos artesãos locais em peças excecionais e que preservam saberes antigos transmitidos de geração em geração.

As peças podem ser adquiridas nas lojas de artesanato para oferecer ou recordar a passagem pelo Arouca Geoparque. Ainda pode deslumbrar-se com a exposição de artesanato que encontra na Feira das Colheitas no último fim-de-semana de Setembro.

Na oferta turística de Arouca ainda podemos encontrar e visitar o **Mosteiro de Arouca**, um monumento emblemático e notável. A sua estrutura é composta pela Igreja, o Coro das Freiras, o Claustro, o Refeitório e a Cozinha e está classificado

como Monumento Nacional e está sob a tutela do Instituto de Gestão do Património Arquitetónico e Arqueológico.

O **Calvário** localiza-se sobre uma penedia, a norte da vila de Arouca sobressaindo 3 cruzeiros e a central datada de 1627.

A **Capela da Misericórdia** situa-se no centro histórico da vila de Arouca. O interior é embelezado pelo seu teto apainelado, pintado com cenas bíblicas da Paixão, e a nave revestida de azulejos do século XVII. Hoje em dia existe um espaço museológico ligado à arte sacra.

O **Monte da Sra. da Mó/Panorâmica** situa-se a 8km de Arouca, com uma altitude de 711m. do seu cume tem-se uma vista privilegiada, onde se destacam os vales de Arouca e de Moldes e as serras da Freita e do Gamarão. Neste monte existe a **Capela da Sra. da Mó**.

A **Igreja de Urrô** construída no século XVII e é um dos monumentos religiosos mais antigos do concelho. A curiosidade deste edifício é a torre sineira de estilo românico e que eleva-se em frente ao portal principal.

O **Memorial de Santo António** é um arco funerário medieval construído em granito e é o único imóvel verdadeiramente românico do concelho de Arouca. É exemplo raro de sepulturas medievais e situa-se no lugar de Santo António, na freguesia de Santa Eulália.

A **Serra da Freita** faz parte do Maciço da Gralheira. Ao longo da sua extensão encontra-se um ponto emblemático de interesse geológico Arouca Geoparque, como a Frecha da Mizarela e as Pedras Parideiras. Existem espécies raras de fauna e flora, sendo que algumas estão em vias de extinção. A vegetação existente e predominante é a urze e a carqueja, o pinheiro-bravo e silvestre, o carvalho, o medronheiro e o azevinho que protegem o lobo ibérico, o javali, a águia de asa redonda, o gato-bravo entre outras espécies.

A **Frecha da Mizarela** é uma queda de água do rio Caima com um desnível superior a 70 metros, tornando-se na mais alta queda de água de Portugal Continental e desenvolveu-se por causa da erosão diferencial fomentada pelo rio Caima sobre duas rochas divergentes: o granito e os xistos. Observa-se a partir de um miradouro junto à aldeia com o mesmo nome ou da aldeia da Castanheira, no lado oposto da encosta.

O **Património Arqueológico** é muito vasto e são conhecidos 196 sítios e monumentos arqueológicos e 93 peças de relevo oriundos de escavações ou existentes em coleções de museus ou de particulares. Sobressaem-se o Casal Romano da Malafaia, o Castro de Valinhas/Castelo de Arouca, a Mamoa da Portela da Anta, a Anta do Casal Mau e Aliviada.

As **Praias Fluviais** são diversas em Arouca e exemplo disso são os rios Paiva, Paivô, Arda e Caima. Têm características maravilhosas e sonhadoras que permite desfrutar de momentos únicos e fantásticos bem como privilegia o contato direto com uma natureza muito singular. Merecem destaque as praias Areinho, Espiunca, Vau, Paradinha e Meitriz, no Rio Paiva e Albergaria da Serra no Rio Caima na Serra da Freita.

No que toca à gastronomia, a **Doçaria Conventual e Regional** é muito famosa. Exemplo disso são as castanhas doces, as roscas, os charutos, as morcelas doces, a bola de S. Bernardo, as barrigas de ferira, o pão-de-ló em bola ou fatia húmida e os melindres. Evidencia-se o doce “pedras parideiras” que foi inspirado no fenómeno geológico (Arouca Geopark, 2012).

4.2 Turismo Cultural/Religioso

O Mosteiro de Santa Maria de Arouca é um exemplo da existência da Ordem de Cister no passado. Arouca é uma terra de fé e isso manifesta-se através da arte, da cultura, do saber fazer, do trabalhar da terra com as técnicas ancestrais e dos sabores, de que o Mosteiro é prova. No seu interior existe o Museu de Arte Sacra, erguido pela Real Irmandade Rainha Santa Mafalda após a morte da última freira.

Neste museu podem ser vistos objetos de culto, paramentos, manuscritos litúrgicos e relíquias de arte. No centro da vila de Arouca pode ainda ser vista a Capela da Misericórdia e a grandeza do Calvário, onde finaliza a já secular Via-sacra, retratada na Procissão dos Fogaréus durante a Semana Santa. Daqui, explora-se outros locais de culto espalhados pela serra (Arouca Geopark, 2012).

4.3 Turismo Natureza

No Norte de Portugal é um destino de natureza único e cerca de metade do território está classificado como Rede Natura 2000. Prova disso são as águas limpas do Rio Paiva e a beleza da Serra da Freita, onde habitam exemplares invulgares de fauna e flora, como exemplo o lobo ibérico, a águia de asa redonda e o azevinho. Parta à aventura e à descoberta pelo Arouca Geopark através dos percursos pedestres entre montes e serranias. Pode cruzar rios, ribeiras e trilhos centenários e desfrutar das aldeias tradicionais (Arouca Geopark, 2012).

4.4 Turismo Aventura

A natureza em Arouca é importante para um perfil de consumidor hard. Procuram a prática de desportos aventura. Para tal a natureza tem que se manter intacta e conservada para proporcionar ao visitante/turista uma experiência fenomenal. Por isso, a preservação da natureza é essencial para o desenvolvimento do turismo aventura e para o turismo de natureza. Nem todos procuram a natureza para desportos radicais, mas também para descansar, desfrutar da paisagem e para conhecer melhor o habitat do destino. Ambas as vertentes são possíveis de viver e de experimentar no Rio Paiva e na Serra da Freita.

O recurso hídrico existente num destino é sempre uma atração para o visitante e o Rio Paiva não é exceção.

É um rio com características muito distintas, que levam à prática de desportos que causam emoção, adrenalina e aventura. O que torna este rio tão especial é a sua génese. A pista de águas bravas é considerada uma das melhores do país. A sua procura é cada vez maior pelos apaixonados do desporto aventura.

A Serra da Freita surge de planalto extenso e das escarpas íngremes. Tal como o Rio Paiva também a Serra da Freita oferece aos aventureiros a prática de escalada em 25 vias em 3 zonas, ainda é possível fazer percursos pedestres para conhecer a fundo as belezas do recurso turístico.

O canyoning é uma prática de desporto aventura em que na Serra da Freita existe locais privilegiados para os mais aventureiros como: as ribeiras da Castanheira, de rio de Frades e da Pena Amarela (Arouca Geopark, 2012).

4.5 Turismo Gastronómico

O Mosteiro de Santa Maria de Arouca é a fonte de saberes e de sabores que as gentes de Arouca herdaram. Relativamente aos doces é de salientar as castanhas doces, as barrigas de freira, a bola de S. Bernardo e os charutos de amêndoa, todos eles qualificados como irresistíveis. Ainda deve-se focar a carne de vitela arouquesa e o cabrito da Gralheira que são de uma qualidade extrema devido à forma como são criados ao ar livre e de forma tradicional. Para acompanhar estes petiscos, o vinho verde da região. Nunca esquecer de provar o pão-de-ló, os melindres e as cavacas e as “pedras parideiras” (Arouca Geopark, 2012).

4.6 Turismo Científico

No Arouca Geoparque existem 41 geossítios inventariados, logo é um local de ciência. Neste território são desenvolvidos programas de visita, ações de conservação e investigação científica. Alguns dos percursos pedestres existentes, nomeadamente os de pequenas rotas levam o visitante/turista a 14 geossítios. Os dois maiores exemplares dos geossítios do Arouca Geoparque encontram-se na Rota do Xisto e na Viagem à Pré-História que são a coleção de fósseis do Centro de Interpretação Geológica de Canelas (CIGC) e as Pedras Parideira (Arouca Geopark, 2012).

4.7 Arouca Geopark

É um território que tem 550 milhões de anos de História da Terra, que merece ser descoberto.

O Arouca Geopark alberga 41 pontos de interesse geológico com um valor científico, didático e turístico únicos. É um museu geológico ao ar livre, onde se destaca as Pedras Parideiras na aldeia da Castanheira e as trilobites gigantes em Canelas. A descobrir também os Icnofósseis do Vale do Rio Paiva, um território com importância geológica, ecológica, arqueológica, histórica e cultural reconhecidos pelas Redes Europeia e Global de Geoparques.

O Arouca Geopark tem o intuito de conservar e divulgar o património fomentando um desenvolvimento sustentável do território. Existem programas e projetos educativos (Arouca Geopark, 2012).

4.8 Nota Final

Arouca é um destino com potencial devido à sua diversidade, bem como os seus produtos turísticos de excelente qualidade como é o turismo natureza pelas atividades que dispõe ao visitante/turista. O turismo gastronómico é um complemento das outras atividades que experimentem. O turismo científico estimula a curiosidade e dá conhecer a história de um local. O turismo cultural/religioso é muito valioso como se percebe com o emblemático Mosteiro de Santa Maria de Arouca.

Após esta explanação sobre o Turismo de Arouca surge o capítulo sobre a metodologia de investigação para futuramente se possa entender e perceber melhor os métodos adotados.

Capítulo V: Metodologia de Investigação

No começo de uma investigação, apenas sabemos o que queremos abordar ou um determinado problema, contudo não sabemos qual a melhor forma de abordar o problema. Por isso, desejamos que a investigação seja útil e que os seus resultados sejam concretos.

Desta forma, o procedimento metodológico de uma investigação é uma forma de prosperar em direção a um objetivo.

Na obra Le métier de socioblogue de P. Bourdieu, J. C. Chamboredon e J. C. Passeron (cite in Quivy & Campenhoudt, 2008), o procedimento é enumerado como um processo de três atos que devem ser considerados. Os três atos são: a rutura, a construção e a verificação. Estes princípios do procedimento científico em ciências sociais são ordenados em sete etapas a investigar (Ilustração 6).

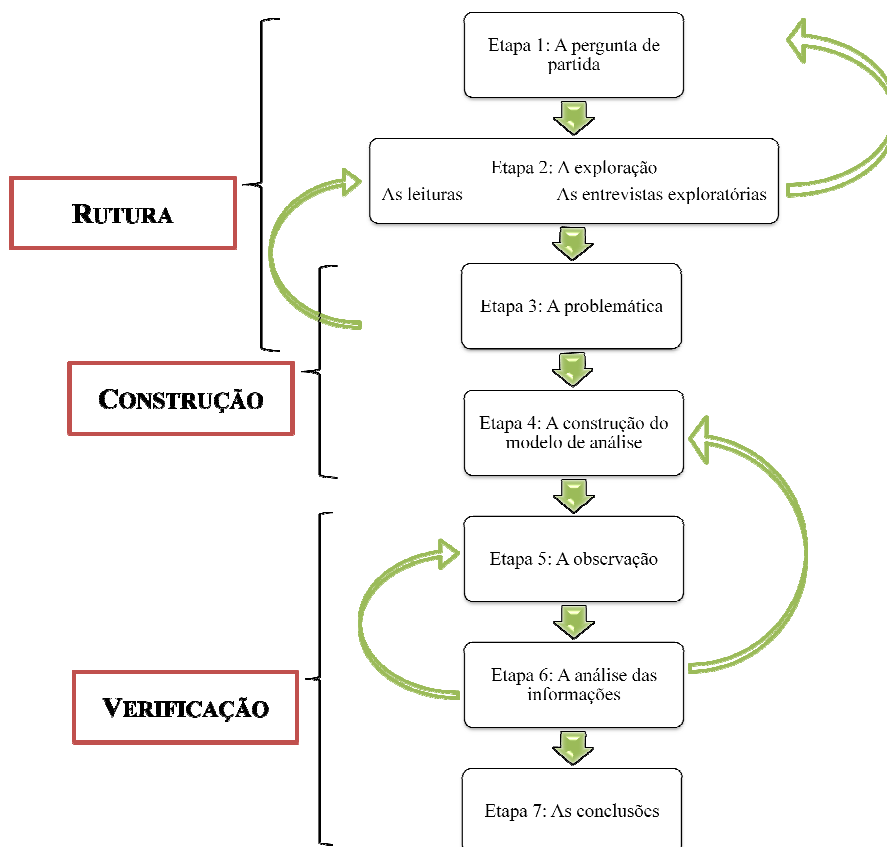


Ilustração 6: Esquema sobre a metodologia
Fonte: Autor

5.1 Etapa 1: A Pergunta de Partida

Para iniciar-se uma investigação científica em ciências sociais é necessário que haja uma pergunta de partida e assim permite que exista um fio condutor durante a investigação.

Deste modo, a pergunta de partida deve ter como características: clareza, exequibilidade e pertinência (Quivy & Campenhoudt, 2008: 44).

No presente projeto a pergunta de partida foi *“Qual a relação entre o turismo aventura no Rio Paiva e o turismo rural em Arouca?”* A partir desta questão inicial desenvolveu-se o projeto de investigação, pois foi um objeto que suscitou curiosidade pelas conclusões que poderão surgir.

5.2 Etapa 2: A Exploração

Nesta segunda etapa, o trabalho exploratório é composta por duas partes, onde na maioria das situações andam lado a lado. Por um lado são as leituras e por outro são as entrevistas ou outros métodos adequados.

Sendo assim, as leituras preparatórias tem como papel inicial adquirir informação sobre as investigações sobre o tema do trabalho e para um tributo do que se pretende fazer. Através das leituras, o investigador ainda poderá salientar a perspetiva que ache mais importante para abordar o seu objeto de investigação. Assim, a escolha das leituras deve ter em conta os critérios como: elo com a pergunta de partida, extensão moderada do programa, elementos de análise e de interpretação, abordagens variadas, períodos de tempo consagrados à reflexão pessoal e às mudanças de ponto de vista. Relativamente, à leitura em concreto deve ser realizada com o recurso a uma grelha de leitura apropriada aos objetivos ambicionados. Por último, os resumos estruturados na perfeição permitirão salientar as ideias fundamentais dos textos estudados e compará-los entre si.

Quanto, às entrevistas exploratórias, estas complementam as leituras. Através delas, o investigador toma consciência de aspetos da questão para os quais a sua própria experiência e as suas leituras, por si só, não o teriam sensibilizado. As entrevistas exploratórias têm como objetivo idealizar novas ideias mas para isso a sua função deve ser pouco diretiva.

As entrevistas exploratórias também são usadas com frequência com outros processos completos como a observação e a análise de documentos.

No final desta etapa, o investigador pode necessitar de reformular a sua pergunta de partida, tendo em conta os ensinamentos do trabalho exploratório (Quivy & Campenhoudt, 2008: 85 - 86).

5.3 Etapa 3: A Problemática

A problemática é a abordagem que se resolve adotar para tratar o problema surgido pela pergunta de partida.

A formulação da pergunta, as leituras, as entrevistas exploratórias e a problemática criam os elementos complementares de um processo em espiral onde se realiza a rutura e onde se formam os motivos do modelo de análise que operacionalizará o ponto de vista selecionado (Quivy & Campenhoudt, 2008: 104 - 105).

5.4 Etapa 4: A Construção do Modelo de Análise

O modelo de análise é a continuação da problemática, estruturando de forma operacional os limites e os indícios que serão guardados para dirigir o trabalho de observação e de análise.

A hipótese é uma proposição que antevê uma relação entre dois termos que podem ser conceitos ou fenómenos. Numa etapa seguinte da investigação, a hipótese será comparada com dados da observação.

A hipótese para ser objeto de verificação empírica deve ser discutível, isto é, significa que deve poder ser testada indeterminadamente, logo numa índole geral e ainda deve consentir enunciados opostos que sejam teoricamente suscetíveis de verificação (Quivy & Campenhoudt, 2008: 150).

No presente relatório de projeto, o conceito de hipótese não é visto sob uma perspetiva estritamente 'científica', no sentido tradicional do termo, mas como uma motivação, uma pergunta de partida, um problema, uma questão em aberto, ou, dito de outro modo, uma lacuna que o trabalho a desenvolver, de cariz predominantemente prático, irá contribuir para resolver, responder ou amenizar.

5.5 Etapa 5: A Observação

A observação é composta pelo conjunto das obras através das quais o modelo de análise é comprado com dados observáveis.

Para formar esta etapa é preciso responder às seguintes questões: observar o quê?; em quem?; como?

- Observar o quê? Agrupar os dados necessários à verificação das hipóteses;
- Observar em quem? Trata-se de delimitar o campo das análises empíricas no espaço geográfico e social mas também no tempo;
- Observar como? Recai sobre os instrumentos de observação e a recolha de dados. A observação é composta por três passos:
 1. Gerar o instrumento apto de proporcionar as informações apropriadas e necessárias para testar as hipóteses;
 2. Antes de usar sistematicamente o instrumento de observação é preciso testá-lo para certificar que se ajusta suficientemente;
 3. Aplicar o instrumento de observação constantemente bem como proceder à colheita dos dados importantes (Quivy & Campenhoudt, 2008: 205 - 206).

5.6 Etapa 6: A Análise das Informações

Nesta etapa trata-se da informação recolhida através da observação para mostrar de forma a equiparar os resultados observados com os esperados a partir das hipóteses.

No caso de uma análise de dados quantitativos, esta etapa compreende três operações:

- Na primeira fase descreve-se os dados, ou seja, apresentá-los pelas variáveis envolvidas nas hipóteses bem como exibi-los de forma que as características destas variáveis sejam demonstradas pela descrição;
- A segunda fase corresponde à medição das relações entre as variáveis, conforme as relações foram previstas pelas hipóteses;
- Na terceira fase compara-se as relações observadas com as relações teoricamente desejadas a partir das hipóteses e em medir a diferença entre as duas. A hipótese é confirmada, se esta for nula ou muito fraca.

Os fundamentais métodos de análise de informação são a análise estatística de dados e análise de conteúdo (Quivy & Campenhoudt, 2008: 238 - 239).

5.7 Etapa 7: As Conclusões

Em ciências sociais, a conclusão de um trabalho de investigação abrange no geral três partes: primeiro, uma retrospectiva do procedimento seguido; a seguir, uma apresentação em pormenor dos contributos para o conhecimento gerados pelo trabalho e por último, as apreciações de disposição prática (Quivy & Campenhoudt, 2008: 243).

5.8 Nota Final

Através da explicação sobre o procedimento metodológico de investigação segue-se para a pesquisa de campo realizada em Arouca. Posteriormente, apresentam-se os resultados e a sua interpretação.

Capítulo VI: Apresentação e Interpretação dos Resultados

O presente capítulo representa a vertente prática do estudo, onde se desenvolveu um trabalho de campo na região de Arouca para verificar qual a relação do turismo aventura no Rio Paiva e o turismo rural em Arouca.

6.1 Pesquisa de Campo em Arouca

A investigação iniciou-se, primeiramente com a elaboração de um questionário piloto no sentido de verificar qual a sua aplicabilidade (vide Anexo A). Posteriormente, o questionário sofreu algumas reformulações simples, tornando-o conciso para obter resultados com eficácia. O questionário é composto por sete questões de fácil compreensão, curtas e de resposta aberta, sendo uma questão de resposta fechada. Este género de resposta aberta permite que as respostas sejam explícitas e produtivas para as conclusões do estudo. A única questão de resposta fechada existente no questionário é concreta para definir a atividade económica das empresas inquiridas (vide Anexo B).

De seguida, realizou-se o trabalho de campo durante três meses (Junho, Julho e Agosto). Fez-se um primeiro contato com as empresas de animação turística, alojamento e restauração através do correio eletrónico das mesmas. Nesse primeiro email mencionou-se os objetivos do estudo em questão e anexou-se o questionário para facilitar o trabalho de campo. Verificou-se que a adesão por parte das empresas foi muito fraca. Insistiu-se mais uma vez no reenvio do email, mas foi em vão. Assim, optou-se por recorrer a outro meio através de fax e via telefónica. Mais uma vez, tentativas falhadas, as pessoas não interessaram-se em colaborar para o estudo, nem sequer davam tempo de explicar o tema do estudo. Perante este cenário recorremos ao Posto de Turismo de Arouca para divulgar o estudo. Concordaram com a ideia e disponibilizaram-se imediatamente na divulgação do estudo, mas tiveram em atenção de frisar que seria talvez mais uma tentativa falhada, pois também têm muitas dificuldades em trabalhar com as empresas, são muito reticentes e não colaboram com facilidade para o melhoramento do turismo em Arouca. Esta ajuda por parte do Posto de Turismo revelou-se falhada. Perante esta situação percorreu-se as unidades de

alojamento e as empresas de animação turística para que participassem no questionário. Mais uma vez foi complicado este trabalho de campo. Houve proprietários de unidades de alojamento que se recusaram a responder ao questionário bem como a receber-nos. Em contrapartida, também existiu amabilidade por parte de outros entrevistados e notou-se que ficaram satisfeitos pela preocupação de pesquisar e analisar uma zona com características muito peculiares para que a atividade turística se fomenta de forma organizada e estruturada.

Em suma, este trabalho de campo caracterizou-se por um trabalho árduo, com bastantes entraves devido à falta de colaboração dos empresários. Também à escassez de tempo para concluir o trabalho não se poderá prolongar por mais tempo o trabalho de campo. Esta situação faz com que o estudo não seja totalmente esclarecedor, sendo que foram feitos todos os esforços para que se envolvessem no estudo.

A seguir serão apresentados os resultados da investigação, mas também a sua interpretação.

6.2 Resultados de Investigação

O trabalho de campo realizou-se para verificar qual a relação do turismo aventura no rio Paiva e o turismo rural em Arouca. Assim, com os questionários recolhidos (vide Anexo C) serão apresentados os possíveis resultados, visto que houve pessoas que se recusaram a responder.

Q1: No setor do turismo em que atividade económica se enquadra a sua empresa?

A primeira questão foi respondida maioritariamente por empresários de unidades de alojamento, seguido das empresas de animação turística, por fim a restauração e outra empresa (Ilustração 7).

Nota-se que no concelho de Arouca existem 12 alojamentos de turismo rural. Contudo só cerca de metade desses colaboraram para o estudo.

Quanto às empresas de animação turística, atualmente são 3 a exercer a sua atividade e a maioria contribuíram com a sua opinião.

A restauração e a outra atividade foram os únicos a expressarem a sua ideia sobre o turismo de aventura e o turismo rural em Arouca.

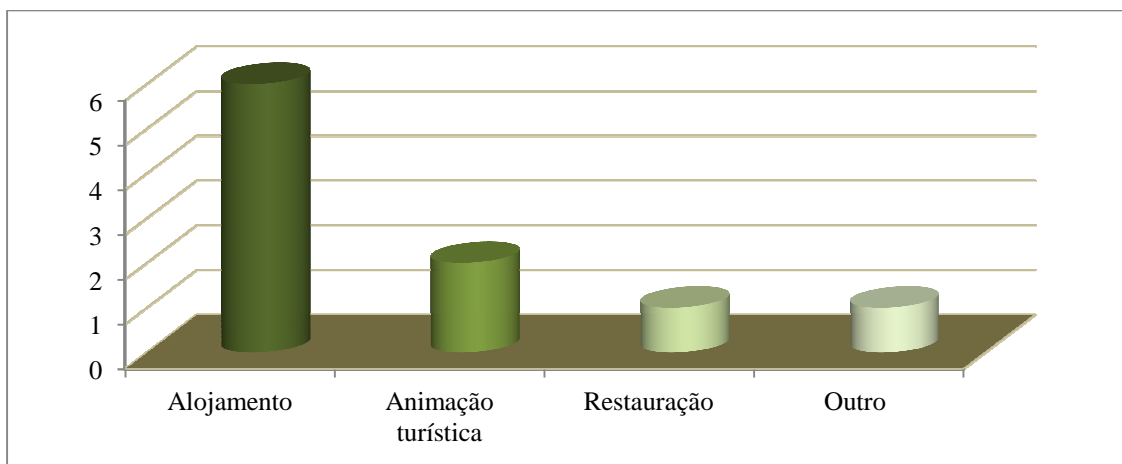


Ilustração 7: Atividade económica
Fonte: Autor

Q2: Existe uma relação entre as empresas de animação turística com as restantes atividades económicas?

- Existe através da AGA/Turismo de Arouca que é um forte elemento de ligação entre as várias atividades na região;
- Sim;
- Existe colaboração;
- Sim;
- Sim. Existe uma grande parceria;
- Sim;
- Quanto mais propostas e mais diversidade de atividades turísticas houverem num local, mais atrativo esse local se torna;
- Sem informação;
- Sim.

No geral, as opiniões expressas relatam que existe uma relação entre as empresas de animação turística e as restantes atividades económicas.

A existência desta relação é positivo, pois faz com que se apoiem mutuamente nas suas atividades económicas. As relações profissionais também ficam mais fortalecidas e a união faz a força.

Q3: É frequente o contato entre as diferentes áreas de atividade?

- Não muito frequente;
- É;
- Bastante frequente;
- Sim;
- Sim, unidos pelo Geopark;
- Sim;
- Sim;
- Sim. Através da Associação Geopark de Arouca que tem vindo a promover esses encontros;
- Sim.

As respostas cedidas mostram que há contato com as variadas áreas de atividade. Esse contato tem como elo de ligação a Associação Geopark de Arouca. Esta entidade desempenha um papel fundamental, visto que têm como valores relevantes a qualidade dos serviços, competência técnica e profissionalismo, inovação e trabalho de equipa e em rede.

Q4: Já foram envidados esforços no sentido de elaborar ou pensar um projeto de cooperação entre as diferentes áreas de atividade turística?

- Sim;
- Sim;
- Sim;
- Sim;
- Trabalham em torno do Geopark;
- Sim;
- Sim;
- Desconheço;
- Sim.

Na presente questão, todos os inquiridos foram muito sucintos na sua resposta. No entanto, destaca-se de uma entidade que referenciou mais uma vez o Geopark. Demonstra que o Geopark trabalha de forma que se crie sinergias. Só

assim é que se pode ter uma atividade turística forte e com capacidade para evoluir.

Q5: Na sua opinião é importante existir uma relação de cooperação mais apertada com os seus parceiros de negócio?

- Talvez;
- Sim;
- É relevante;
- É. Unidos somos mais fortes, ajudámo-nos mutuamente;
- Sempre;
- Sim;
- Claro. Juntos trabalhamos melhor;
- Penso que sim;
- Sim.

No geral, verifica-se que todos os questionados têm a mesma ideia. Trabalhar em rede e em cooperação facilita o trabalho das diferentes áreas de atividade. Podem contar com a colaboração do seu parceiro de negócio. O recurso a alguns sites específicos como o Booking.com é um parceiro para as unidades de alojamento. É um meio de divulgação mas que também permite que o cliente exprima a sua opinião. Isso influencia a escolha de um futuro visitante à região de Arouca.

Q6: Qual o contributo destas áreas de atividade para a região?

- Dar a conhecer as potencialidades da região não só no país como também no estrangeiro e contribuir para a criação de riqueza na região;
- Ajuda economicamente a região;
- Tem um retorno positivo;
- É importante para o desenvolvimento da região;
- É positivo;
- Torna região conhecida. Mostra a qualidade que os serviços oferecidos têm;

- Arouca tem ficado cada vez mais conhecida pelos desportos náuticos no Rio Paiva, pelos percursos na Serra da Freita e pela oferta cultural que apresenta;
- Criam emprego, atraem turistas, potenciando o desenvolvimento da região;
- Área de atividade importantíssima para a atração de visitantes/turistas à região e para o desenvolvimento sustentável deste território classificado. O Turismo de Natureza é um dos produtos estratégicos para o território e o Rio Paiva, com todo o seu potencial, vai arrastar e complementar toda a restante oferta para a notoriedade deste destino que é o Arouca Geopark.

As diferentes áreas de atividades atraem visitantes/turistas devido às suas características naturais como é o caso das experiências que o Rio Paiva permite desfrutar. Hoje em dia, o visitante/turista procura uma experiência, ou seja, quer praticar um tipo de turismo ativo. Arouca tem imensas ofertas como os percursos pedestres na Serra da Freita e os vários tipos de desportos possíveis de praticar no Rio Paiva. Procura-se a adrenalina e a aventura. O Geopark é um motor que cria elos de ligação entre as variadas áreas de negócio que tem de ser constantemente estimulada.

A nível económico é positivo, permite que a região crie riqueza para que melhore a sua oferta constantemente. No ponto de vista social tem como consequência a criação de postos de trabalho, tendo em atenção que é necessário pessoas qualificadas para se oferecer um turismo de qualidade. Cada vez mais o visitante/turista é exigente com as experiências que usufruem.

Q7: Outros aspetos importantes que não tenham sido abordados nas questões anteriores?

- Apostar na qualificação dos colaboradores;
- Que se aposte cada vez mais na qualidade para o turismo na região e melhore ainda mais;
- Jovens com visão global do mundo;
- É importante continuar apostar na qualidade e no marketing da região;

- Necessário uma reflexão conjunta entre os vários agentes do setor sobre os aspetos que têm dificultado o desenvolvimento sustentado do setor através de uma troca de experiências, a inventariação de medidas a tomar;
- Diversos.

Nesta questão alguns inquiridos não expressaram a sua opinião. Contudo, alguns referiram pontos de vista bastante pertinentes. Nota-se que o turismo tem de ter uma visão global, isto é, não se pode focar unicamente no mercado interno mas expandir a sua oferta para o mercado externo. Para atrair o mercado externo é preciso criar programas atrativos. Arouca tem características muito peculiares como a natureza, a gastronomia, a cultura e a ruralidade tornando-se num local de interesse e de curiosidade para ser visitado e explorado. É necessário ter sempre em conta que se deve ter um desenvolvimento sustentável para as características vitais não sejam destruídas.

6.3 Nota Final

Tal como vimos o presente capítulo teve como função apresentar os resultados do trabalho de campo e ficou evidente que nem todas as áreas de atividade económica trabalham em rede.

No próximo capítulo será elaborado uma análise ao trabalho de campo, onde serão focados aspetos positivos e negativos.

Capítulo VII: Análise ao Estudo

Este capítulo tem como função elaborar uma análise crítica acerca da investigação em Arouca ao longo de alguns meses. Serão focados aspetos positivos e negativos com o objetivo de melhorar o turismo neste destino.

7.1 Análise Crítica

A escolha do tema para a elaboração do estudo “O turismo aventura no Rio Paiva e o turismo rural em Arouca” foi um pouco difícil, mas o destino Arouca surgiu devido a um local relativamente próximo da minha residência e ainda devido a um pequeno trabalho realizado na licenciatura sobre o turismo aventura. Este projeto surge como um complemento ao que foi feito na licenciatura para também explorar o turismo em Arouca.

O trabalho iniciou-se com a divulgação de um questionário aos alojamentos de turismo rural e às empresas de animação turística. Foi uma tarefa muito difícil de executar, devido a certos inquiridos recusarem-se a responder. Demonstraram um desinteresse enorme. O questionário não os prejudicava na sua atividade, apenas tinha o intuito de verificar se existia uma relação entre o turismo aventura no Rio Paiva e o turismo rural em Arouca, se havia uma cooperação, uma união, um trabalho de equipa, uma rede, ou seja, um sistema turístico desenvolvido e implementado.

Em contrapartida, nos questionários respondidos evidenciam-se que no geral existe uma relação entre as diferentes atividades e que isso é importante, sendo o elo de ligação o Geopark. Isto revela que é necessário que haja cooperação para que as atividades turísticas resultem com sucesso no consumidor final. As parcerias são fundamentais para as atividades económicas desenvolverem-se, mas também para se apoiarem mutuamente.

É sempre preciso que a cooperação entre todos seja coesa e o relacionamento seja cordial. Para isso, todos os empresários têm que participarem nas reuniões promovidas pelo departamento de Turismo da Câmara Municipal de Arouca. Só assim se consegue criar uma estratégia para o turismo em Arouca. Mas esta tarefa tem sido muito difícil de avançar, visto que nem todos os empresários estão

dispostos a participarem nestas reuniões. Exemplo disso, são os proprietários das empresas de animação, apenas têm as empresas como hobby, pois têm outras profissões a tempo inteiro. Por outro lado, alguns dos proprietários de casas de turismo rural transformaram as casas num negócio para rentabilizarem as propriedades, não têm uma visão turística alargada. Também não colaboram com frequência nas reuniões, logo ficam marginalizados. Sozinhos não conseguem divulgar, nem expandir o seu negócio se não estiverem associados por exemplo à Associação Geopark de Arouca. Através destes exemplos conseguimos notar o quanto é importante existirem relações a nível profissional.

No trabalho de campo verificou-se que algumas casas de turismo rural cooperam entre si, encaminhando para outras unidades de alojamento quando estas estão repletos.

Destaca-se a cortesia, simpatia e disponibilidade que demonstram para satisfazerem as necessidades do visitante/turista. Satisfazem o desejo, o serviço é cuidado e existe a preocupação de agradar o visitante/turista. Desta forma, podem conquistar os clientes para futuras estadias, bem como recomendarem a sua experiência a outras pessoas. A melhor forma de divulgação de qualquer serviço ou produto é o passa a palavra. O relato das pessoas sobre a experiência que viveram, influencia a decisão de outras. É importante que tenha sempre um serviço ou um produto de qualidade excelente para os visitantes/turistas fiquem deslumbrados e agradados com a experiência vivida.

As praias fluviais do Rio Paiva são de ressaltar pela sua beleza, pela pouca ou nenhuma intervenção do Homem nas mesmas, pela sua rusticidade, pelas suas águas límpidas, pela sua envolvência e pela sua vegetação. Estas praias transmitem tranquilidade, serenidade e calma devido à sua envolvente. Algumas das praias fluviais possuem algumas infraestruturas de apoio como estacionamento para um número limitado de viaturas e balneários, sendo de destacar a Praia Fluvial do Areinho que na época do verão tem nadador salvavidas. Nas Praias Fluviais de Janarde e Meitriz existe a possibilidade de caminhar ao longo das margens do rio e ainda realizar os percursos pedestres PR13 e PR14 (Regoufe, Drave e Côvelo). Nota-se que não são meramente praias mas permite ao visitante/turista usufruir de outras atividades saudáveis, ativas que

incutem a descoberta e o conhecimento. As praias fluviais do Vau e de Espiunca são ótimas para a prática de desportos no verão como canyoning, canoagem, entre outros e no inverno pratica-se rafting, kayak e hidrospeed. Estes desportos transmitem aventura, risco, adrenalina e curiosidade. São excelentes para descontraír, divertir, conviver em grupo e para ter um contato com a natureza mas também ter respeito por ela. No entanto, é preciso manter as características intactas das praias fluviais para que não se torna num destino de massas. Estes locais são sensíveis e deve-se incutir a conservação e preservação pela natureza. Em redor das praias fluviais situam-se algumas aldeias de xisto muito rústicas e que também são um ponto de interesse para se visitarem.

Atualmente, a Internet é uma ferramenta com uma grande capacidade de divulgação e um fator chave para dar a conhecer o melhor que há em Arouca. As unidades de alojamento possuem a sua própria página virtual, mas são poucas as que se associam a sites da especialidade como os sites de reservas. Este tipo de sites permite ao consumidor expressar a sua opinião à cerca da limpeza, conforto, localização, comodidades, funcionários e relação qualidade/preço como também atribuir-lhe uma pontuação. Quanto maior for a pontuação, maior a influência que causa num potencial cliente e quanto menor for a pontuação, o futuro cliente descarta a opção de escolha. O recurso a uma avaliação através de uma pontuação influencia as outras pessoas na escolha de uma unidade de alojamento. Este género de avaliação é positivo para ambas as partes, faz com que a unidade de alojamento continue a melhorar ou a consolidar o seu serviço e para o cliente também é importante para que possa tomar a sua decisão perante a oferta existente.

Nos sites de algumas unidades de alojamento mostram as variadas atividades de animação turística e algumas delas é preciso recorrer às empresas de especialidade como é o caso das atividades no Rio Paiva. Assim, vê-se que existe uma relação entre as unidades de alojamento e as empresas de animação turística. As casas de turismo rural surgem como meio de divulgação destas atividades. Outras recorrem ao email para promover as suas ofertas tendo em conta a estação do ano e as épocas festivas do ano ou local. Tem como

funcionalidade também relembrar a oferta existente e ainda divulgar os diferentes pacotes que criam para cada situação.

7.2 Análise Swot

A análise SWOT aparece para apresentar de forma a completar o resultado do processo de análise estratégica.

A sigla SWOT significa Strengths (pontos fortes), Weaknesses(pontos fracos), Opportunities (oportunidades) e Threats (ameaças). É um instrumento que facilita à avaliação de um estudo.

A relação dos pontos fortes e fracos da empresa com as oportunidades e ameaças do ambiente externo devem criar um conjunto de estratégias que permitem à organização beneficiar das oportunidades e tentar converter as ameaças em oportunidades ou minimizar o impacto, como também fortalecer os seus pontos fortes e reduzir os seus pontos fracos (Lisboa, J.; Coelho, A.; Coelho, F.; Almeida, F., 2011:206).

A seguir será apresentada uma análise SWOT sobre o estudo efetuado em Arouca, com o intuito de sintetizar a análise crítica elaborada anteriormente (Tabela 3).

PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
<ul style="list-style-type: none"> • Natureza conservada; • Gastronomia vasta; • Variedade das atividades no Rio Paiva; • Rio Paiva, o menos poluído; • Qualidade do Rio Paiva para a prática dos desportos náuticos; • Qualidade das casas de turismo rural; • Região segura; • Uniões público-privadas; • Promove experiências; • Existência de sinalização das casas de turismo rural; • Praias Fluviais com qualidade. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acessos rodoviários deficitários; • A não participação dos empresários no estudo; • Dificuldade em contactar com os empresários; • Falta de limpeza nas margens do Rio Paiva; • Fragilidade na animação turística nas casas; • Trabalho em rede deficitário; • Contato entre as entidades públicas e privadas difícil.

OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> • Melhoria das condições das praias fluviais; • Realizar provas no Rio Paiva; • Criar passadiços junto ao Rio Paiva; • Criar uma imagem de marca; • Promover a sustentabilidade do rio e do turismo rural; • Criar um centro de interpretação do Rio Paiva; • Apostar na certificação como garantia de qualidade; • Internet, meio de divulgação e informação; • Interagir com o cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Vegetação prejudicial junto ao Rio Paiva; • Descargas pontuais de esgotos de moradores e etar; • Perda de competitividade; • Crise económica atual.

Tabela 3: Análise SWOT
Fonte: Autor

7.3 Nota Final

O turismo é uma atividade económica que deve ser valorizada e vista como uma fonte de rendimento. Para tal é necessário ter uma oferta de qualidade, apostando em colaboradores qualificados e conhecedores do destino Arouca. Só assim, se consegue tornar num destino de destaque na região de Turismo Porto e Norte de Portugal. Arouca tem potencial!

Capítulo VIII: Conclusão

A investigação desenvolvida durante o Verão de 2013 ficou marcada pela recusa das pessoas em participarem no questionário.

Contudo, através das respostas obtidas verifica-se que existe uma relação do turismo aventura no Rio Paiva com o turismo rural em Arouca, recorrendo ao auxílio de parcerias entre as diferentes empresas e à Associação Geopark Arouca. Sendo esta a principal impulsionadora e motivadora para que o turismo em Arouca trabalhe em rede e se torne num sistema turístico coeso. O trabalho desenvolvido por esta entidade é árduo e uma luta constante porque nem todos os empresários ligados ao turismo conseguem entender a importância da existência de parcerias. Assim, é preciso mudar mentalidades, apesar da mudança ser um processo bastante difícil de executar.

8.1 Contribuição do Estudo

Neste contexto sugere-se seguidamente algumas implicações práticas de gestão, que permitem melhorar o turismo em Arouca.

A promoção do destino turístico tem que ser mais intensa e Arouca tem que aproveitar o fato de estar relacionada com a região de turismo Porto e Norte de Portugal. São poucos os destinos que possuem características tão singulares e que possibilitam ao visitante/turista desfrutar de várias atividades. A sua oferta é riquíssima.

O turismo de Arouca associou-se à rede de Geoparques, tendo a sua própria Associação Geopark de Arouca.

Deveria ser criada uma imagem de marca que distinga Arouca dos outros destinos e nunca deixando para trás as características mais marcantes do local como, o património natural, cultural, científico e gastronómico. Pensou-se numa pequena frase que define o destino turístico Arouca: “Arouca é vida e sabedoria!”.

A escolha deste slogan surge porque “vida” no destino Arouca relaciona-se com o turismo ativo, ou seja, ao turismo natureza (vários percursos pedestres pela Serra da Freita) e ao turismo aventura (vários desportos praticáveis no Rio Paiva). Relativamente, ao vocábulo “sabedoria” aparece devido à sua carga cultural,

religiosa, científica e gastronómica que representa e para demonstrar que Arouca é rica no seu património.

Apostar também na elaboração de um vídeo promocional sobre o destino turístico Arouca e Rio Paiva, pois pode tornar-se num excelente cartão-de-visita.

O site do Geopark Arouca deveria ser remodelado. Transformar numa página virtual mais atrativa, dinâmico e esclarecedor. É um veículo de informação que deve estar sempre atual, onde os eventos mais próximos deviam ter um destaque na página principal para não passar despercebido, bem como apresentar campanhas promocionais ou ofertas para cativar o consumidor.

Cada vez mais, os proprietários têm que ser empreendedores e inovadores. Empreender e inovar criando produtos específicos para cada tipo de turista que visita a região. Para isso é necessário fazer um estudo de mercado para que se determine o tipo de turista que visita o destino, Arouca. Após essa investigação será possível desenvolver produtos turísticos específicos com preços adequados ao tipo de turista. O turismo de Arouca tem que incutir aos empresários a importância de trabalhar em rede. Dessa forma, as entidades públicas e privadas de Arouca são capazes de criar pacotes turísticos diferenciados baseando-se numa imagem de marca do destino, como por exemplo desenvolver pacotes para turistas ativos e para turistas passivos.

Sendo uma região com um património natural vasto é preciso ter cuidados para não se degradar e para Arouca não exceder a sua capacidade de carga. Só pode oferecer um turismo de qualidade preservando as suas características naturais. Continuar a manter a imagem de marca do Rio Paiva, o mais limpo da Europa e não haver demasiada intervenção do Homem para não destruir a paisagem natural.

Arouca tem uma economia limitada que se baseia na sua maioria na agricultura. Por isso, o turismo pode tornar-se num motor de desenvolvimento económico do destino, para isso tem de existir organização e cooperação entre as entidades públicas e privadas. A inovação de processo pode impulsionar a atividade turística tendo o contributo do Posto de Turismo e da Associação Geopark Arouca.

As unidades de alojamento rurais devem ter preocupações ambientais constantes para não prejudicar o meio envolvente mas que também possam reduzir custos.

O recurso às energias renováveis como os painéis solares e promover práticas de poupança de água. São formas que as unidades de alojamento têm para que o ambiente mantenha as suas características e não se degrade. É necessário implementar políticas de boas práticas a nível ambiental, pois a natureza é recurso frágil e que requer muitos cuidados para se manter preservado.

O Rio Paiva é um recurso natural que tem um grande peso no turismo em Arouca. As pessoas procuram o Rio Paiva para desfrutarem de uma experiência em grupo e para usufruírem das atividades que este oferece. É uma experiência ativa, de emoção, aventura, adrenalina, desafio, audácia e risco. As características deste rio são relevantes para a prática de desportos aquáticos. No entanto, é necessário fomentar políticas de preservação para que o rio continue a ser um recurso de relevância para atividade turística em Arouca.

Uma aposta a fazer é na certificação, selos e marcas de qualidade, pois são fatores de diferenciação e fiabilidade para influenciarem o cliente na escolha de uma unidade de alojamento ou um restaurante ou uma empresa de animação turística.

No turismo, deve existir constantemente um trabalho de planeamento, desenvolvimento e monitorização para o destino Arouca tenha uma oferta cada vez melhor e de qualidade.

Em suma, no geral nota-se que há uma grande resistência à mudança por parte dos empresários de alojamento e de animação turística. Continua a ser uma batalha dura para as entidades públicas para mudarem as mentalidades. O turismo para além de ser uma atividade económica, envolve pessoas e é preciso que os empresários olhem para o turismo como uma fonte de relações e conhecimento com outras culturas.

Referências Bibliográficas

Águas do Douro e Paiva, (2007). Os Rios – Rio Paiva. <http://www.addp.pt/pt/dados.php?ref=rios>, acedido em 24-07-2013.

Arouca Geopark, (2012). Um Território a Descobrir. Arouca Geopark. Geoparks. Global Parks Networks. Camara Municipal Arouca. Porto e Norte de Portugal

AroucaNet, (2010). Turismo – Gastronomia. Portal de Arouca. Enérgica. <http://www.aroucanet.com/portal/index.php?p=turismo&sp=gastronomia>, acedido em 22-07-2013.

CCDRC, (S.D.) Rio Paiva. Sítio da Rede Natura 2000 – PTCON0059. https://www.ccdrc.pt/index.php?searchword=rio+paiva&ordering=&searchphrase=all&limit=10&Itemid=46&option=com_search&lang=pt, acedido em 24-07-2013.

CM Arouca, (S.D.). Raça Arouquesa. http://www.cm-arouca.pt/portal/index.php?option=com_content&task=view&id=51&Itemid=95, acedido em 21-07-2012.

CM Arouca, (S.D.). Doçaria Conventual. http://www.cm-arouca.pt/portal/index.php?option=com_content&task=view&id=52&Itemid=96, acedido em 21-07-2012

CM Arouca, (S.D.). Censos 2011 – Resultados definitivos Arouca. Enérgica. <http://www.cm-arouca.pt/portal/downloads/aroucanumeros/Censos2011Arouca.pdf>, acedido em 22-07-2013.

Comissão Viticultura da Região dos Vinhos Verdes (S.D.) Vinho Verde. <http://www.vinhoverde.pt/pt/vinhoverde/default.asp>, acedido em 22-07-2013.

Cunha, L. (2003). Introdução ao Turismo. 2ª Edição. Editorial Verbo

Diário da República, (2002). Decreto-Lei nº59, artigo 2º - Empreendimentos de turismo no espaço rural. <http://www.dre.pt/pdfgratis/2002/03/059A00.PDF>, acedido em 18-08-2013.

Diário da República, (2002). Decreto-Lei nº59, artigo 5º - Turismo rural. <http://www.dre.pt/pdfgratis/2002/03/059A00.PDF>, acedido em 18-08-2013.

Drap Centro, (2008). Carne arouquesa – dop. Produtos tradicionais de qualidade na região centro. http://ptqc.drapc.min-agricultura.pt/documentos/carne_arouquesa.htm, acedido em 22-07-2013.

Figueiredo, E. (2011). O Rural Plural – olhar o presente, imaginar o futuro. Territórios da Mudança. Edição 100 Luz.

Geoparque Arouca, (S.D.). Associação Geoparque Arouca. Enérgica. <http://www.geoparquearouca.com/?p=geoparque&sp=aga>, acedido em 22-07-2013.

Geoparque Arouca, (S.D.). Museus/Centros. Enérgica. <http://www.geoparquearouca.com/?p=museus>, acedido em 22-07-2013.

Geoparque Arouca, (S.D.). Turismo. Enérgica <http://www.geoparquearouca.com/?p=turismo>, acedido em 22-07-2013.

INE, (S.D.). Censos 2011 – Arouca. http://www.ine.pt/scripts/flex_definitivos/Main.html, acedido em 22-07-2013.

Infopédia, (2013). Arouca. Enciclopédia e Dicionários Porto Editora. [http://www.infopedia.pt/\\$arouca,2](http://www.infopedia.pt/$arouca,2), acedido em 22-07-2013.

Lisboa, J.; Coelho, A.; Coelho, F.; Almeida, F. (2011). Introdução à Gestão das Organizações. 3ª Edição. Vida Económica – Editorial S.A.

Oliveira, A. (2008). Área Metropolitana do Porto Douro. 3 Natureza e Meio Ambiente. Quidnovi

Oliveira, A. (2008). Área Metropolitana do Porto Douro. 4 População e Urbanismo. Quidnovi

Quivy, R.; Campenhoudt, L. (2008). Manual de Investigação em Ciências Sociais. Gradiva – Publicações S.A.

Saraiva, J. (2004). História das Freguesias e Concelhos de Portugal. Volume 3. Quidnovi – Edição e Conteúdos, S.A

SOS Rio Paiva, (2013). Mapa do Vale do Paiva. Associação de Defesa do Vale do Paiva. <http://www.riopaiva.org/mapa-do-vale-do-paiva/>, acedido em 22-07-2013.

SOS Rio Paiva, (2013). Rio Paiva. Associação de Defesa do Vale do Paiva. <http://www.riopaiva.org/rio-paiva/>, acedido em 22-07-2013.

SOS Rio Paiva, (2013). Rio Paiva no Biosfera. Farol de Ideias. <http://www.riopaiva.org/rio-paiva-no-biosfera-rtp-2/>, acedido em 24-07-2013.

Swarbrooke, J. (2003). Turismo de Aventura, Conceitos e Estudos de Casos. São Paulo, Elsevier Editora Ltda. Editora Campus.

Turismo Portugal (2009). Turismo de habitação e turismo no espaço rural, a procura e a oferta. <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/ProTurismo/estat%C3%ADsticas/an%C3%A1lisesestat%C3%ADsticas/aofertaeaprocuranoter/Anexos/a%20oferta%20e%20a%20procura%20no%20TER%20-%202008.pdf>, acedido em 20-10-2013.

Ver Portugal, (2013). História. <http://www.verportugal.net/Aveiro/Arouca/Historia/>,
acedido em 22-07-2013.

Anexos

Anexo A – Questionário Piloto

QUESTIONÁRIO SOBRE A RELAÇÃO ENTRE O DESPORTO AVENTURA NO RIO PAIVA E O TURISMO RURAL EM AROUCA

Local: _____ Data: _____

Instruções de resposta ao questionário:

Este questionário insere-se no projeto desenvolvido na Unidade Curricular de Dissertação/Projeto/Estágio, sobre “**A Relação entre o Desporto Aventura no Rio Paiva e o Turismo Rural em Arouca**”, sob a orientação do Prof. Dr. Armando Luís Vieira, inserido no Mestrado de Gestão e Planeamento em Turismo da Universidade de Aveiro.

Pretende-se apenas a sua opinião pessoal e sincera.

Este questionário é de natureza confidencial. O tratamento deste, por sua vez, é efetuado de uma forma global, não sendo sujeito, a uma análise individualizada, o que significa que o seu anonimato é respeitado.

Obrigado pela sua colaboração!

1. Em que atividade se enquadra a sua empresa?

- ☐ Alojamento
- ☐ Eventos desportivos
- ☐ Restauração

2. Existe uma relação entre as empresas de eventos desportivos com as restantes atividades económicas (restauração, alojamento)?

3. É frequente o contato entre as diferentes áreas de atividade (alojamento, eventos desportivos, restauração)?

4. Alguma vez elaboraram ou pensaram num projeto de cooperação entre as diferentes áreas de alojamento, eventos desportivos e restauração?

5. Na sua opinião é importante existir uma relação com os seus parceiros de negócio?

6. Qual o contributo destas áreas de atividade para a região?

7. Outras questões importantes que não tenham sido abordados nas questões anteriores?

Anexo B – Questionário utilizado para o trabalho de campo

QUESTIONÁRIO SOBRE A RELAÇÃO ENTRE O DESPORTO AVENTURA NO RIO PAIVA E O TURISMO RURAL EM AROUCA

EMPRESA:

DATA:

Instruções de resposta ao questionário:

Este questionário insere-se no projeto desenvolvido na Unidade Curricular de Dissertação/Projeto/Estágio, sobre “**A Relação entre o Desporto Aventura no Rio Paiva e o Turismo Rural em Arouca**”, sob a orientação do Prof. Dr. Armando Luís Vieira, inserido no Mestrado de Gestão e Planeamento em Turismo da Universidade de Aveiro.

Pretende-se apenas a sua opinião pessoal e sincera.

Este questionário é de natureza confidencial. O tratamento deste, por sua vez, é efetuado de uma forma global, não sendo sujeito, a uma análise individualizada, o que significa que o seu anonimato é respeitado.

Obrigado pela sua colaboração!

Por favor, responda ao questionário nos espaços indicados para o efeito.

1 No sector do turismo em que atividade económica se enquadra a sua empresa?

- ☐ Alojamento
- ☐ Animação Turística
- ☐ Restauração

2 Existe uma relação entre as empresas de animação turística com as restantes atividades económicas?

8. É frequente o contato entre as diferentes áreas de actividade?

4. Já foram enviados esforços no sentido de elaborar ou pensar um projeto de cooperação entre as diferentes áreas de atividade turística?

5. Na sua opinião é importante existir uma relação de cooperação mais apertada com os seus parceiros de negócio?

6. Qual o contributo destas áreas de atividade para a região?

7. Outras aspetos importantes que não tenham sido abordados nas questões anteriores?

Anexo C – Questionários Respondidos

Universidade de Aveiro – Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial	
<p>QUESTIONÁRIO SOBRE A RELAÇÃO ENTRE O DESPORTO AVENTURA NO RIO PAIVA E O TURISMO RURAL EM AROUCA</p> <p>EMPRESA:</p> <p>DATA: 2-9-2013</p> <p><u>Instruções de resposta ao questionário:</u></p> <p>Este questionário insere-se no projeto desenvolvido na Unidade Curricular de Dissertação/Projeto/Estágio, sobre "A Relação entre o Desporto Aventura no Rio Paiva e o Turismo Rural em Arouca", sob a orientação do Prof. Dr. Armando Luís Vieira, inserido no Mestrado de Gestão e Planeamento em Turismo da Universidade de Aveiro.</p> <p>Pretende-se apenas a sua opinião pessoal e sincera.</p> <p>Este questionário é de natureza confidencial. O tratamento deste, por sua vez, é efetuado de uma forma global, não sendo sujeito, a uma análise individualizada, o que significa que o seu anonimato é respetado.</p> <p><i>Obrigada pela sua colaboração!</i></p>	<p>Universidade de Aveiro – Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial</p> <p>3. É frequente o contato entre as diferentes áreas de atividade?</p> <p>Não muito frequente.</p> <p>4. Já foram envidados esforços no sentido de elaborar ou pensar um projeto de cooperação entre as diferentes áreas de atividade turística?</p> <p>Sim</p> <p>5. Na sua opinião é importante existir uma relação de cooperação mais apertada com os seus parceiros de negócio?</p> <p>Sim</p> <p>6. Qual o contributo destas áreas de atividade para a região?</p> <p>Dar a conhecer as potencialidades da região não só na paisagem como também no património e contribuir para a criação de riqueza na região.</p> <p>7. Outros aspetos importantes que não tenham sido abordados nas questões anteriores?</p> <p></p>
<p>Universidade de Aveiro – Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial</p> <p>1. No sector do turismo em que atividade económica se enquadra a sua empresa?</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Alojamento</p> <p><input type="checkbox"/> Animação Turística</p> <p><input type="checkbox"/> Restauração</p> <p>2. Existe uma relação entre as empresas de animação turística com as restantes atividades económicas?</p> <p>Existe através da AGA Turismo de Arouca que é um forte elemento de ligação entre as várias atividades na região.</p>	<p>Página 1</p>
	<p>Página 2</p>



Universidade de Aveiro – Departamento de Economia,
Gestão e Engenharia Industrial

QUESTIONÁRIO SOBRE A RELAÇÃO ENTRE O DESPORTO
AVENTURA NO RIO PAIVA E O TURISMO RURAL EM AROUCA

EMPRESA: *Quinta da Tresta*

DATA: *1-9-2013*

Instruções de resposta ao questionário:

Este questionário insere-se no projeto desenvolvido na Unidade Curricular de Dissertação/Projeto Final, sobre "A Relação entre o Desporto Aventura no Rio Paiva e o Turismo Rural em Arouca", sob a orientação do Prof. Dr. Armando Luis Vieira, inserido no Mestrado de Gestão e Planeamento em Turismo da Universidade de Aveiro.

Pretende-se apenas a sua opinião pessoal e sincera.

Este questionário é de natureza confidencial. O tratamento deste, por sua vez, é efetuado de uma forma global, não sendo sujeito, a uma análise individualizada, o que significa que o seu anonimato é respetado.

Obrigado pela sua colaboração!

Por favor, responda ao questionário nos espaços indicados para o efeito.

1. No setor do turismo em que atividade económica se enquadra a sua empresa?

- ☒ Alojamento
☐ Animação Turística
☐ Restauração

2. Existe uma relação entre as empresas de animação turística com as restantes atividades económicas?

Sim

Página 1



Universidade de Aveiro – Departamento de Economia,
Gestão e Engenharia Industrial

3. É frequente o contato entre as diferentes áreas de atividade?

Sim

4. Já foram enviados esforços no sentido de elaborar ou pensar um projeto de cooperação entre as diferentes áreas de atividade turística?

Sim

5. Na sua opinião é importante existir uma relação de cooperação mais apertada com os seus parceiros de negócio?

Sim

6. Qual o contributo destas áreas de atividade para a região?

Ajuda economicamente a região.

7. Outras aspetos importantes que não tenham sido abordados nas questões anteriores?

/

Página 2



Universidade de Aveiro – Departamento de Economia,
Gestão e Engenharia Industrial

QUESTIONÁRIO SOBRE A RELAÇÃO ENTRE O DESPORTO AVENTURA NO RIO PAIVA E O TURISMO RURAL EM AROUCA

EMPRESA: *Clube do Paiva*

DATA: *1-9-2013*

Instruções de resposta ao questionário:

Este questionário insere-se no projeto desenvolvido na Unidade Curricular de Dissertação/Projeto/Estágio, sobre "A Relação entre o Desporto Aventura no Rio Paiva e o Turismo Rural em Arouca", sob a orientação do Prof. Dr. Armando Luis Vieira, inserido no Mestrado de Gestão e Planeamento em Turismo da Universidade de Aveiro.

Pretende-se apenas a sua opinião pessoal e sincera.

Este questionário é de natureza confidencial. O tratamento deste, por sua vez, é efetuado de uma forma global, não sendo sujeito, a uma análise individualizada, o que significa que o seu anonimato é respetado.

Obrigado pela sua colaboração!

Por favor, responda ao questionário nos espaços indicados para o efeito.

1. No sector do turismo em que actividade económica se enquadra a sua empresa?

- ☐ Alojamento
☒ Animação Turística
☐ Restauração

2. Existe uma relação entre as empresas de animação turística com as restantes atividades económicas?

Existe colaboração.

Página 1



Universidade de Aveiro – Departamento de Economia,
Gestão e Engenharia Industrial

3. É frequente o contato entre as diferentes áreas de actividade?

Bastante frequente.

4. Já foram enviados esforços no sentido de elaborar ou pensar um projeto de cooperação entre as diferentes áreas de atividade turística?

Sim.

5. Na sua opinião é importante existir uma relação de cooperação mais apertada com os seus parceiros de negócio?

É relevante.

6. Qual o contributo destas áreas de atividade para a região?

Tem um retorno positivo.

7. Outras aspetos importantes que não tenham sido abordados nas questões anteriores?

Apostar na qualificação dos colaboradores.

Página 2



Universidade de Aveiro – Departamento de Economia,
Gestão e Engenharia Industrial

QUESTIONÁRIO SOBRE A RELAÇÃO ENTRE O DESPORTO
AVENTURA NO RIO PAIVA E O TURISMO RURAL EM AROUCA

EMPRESA Quinta do Zouarelho
DATA 1-9-2013

Instruções de resposta ao questionário:

Este questionário insere-se no projeto desenvolvido na Unidade Curricular de Dissertação/Projeto Final, sobre "A Relação entre o Desporto Aventura no Rio Paiva e o Turismo Rural em Arouca", sob a orientação do Prof. Dr. Arnaldo Luis Vieira, inserido no Mestrado de Gestão e Planeamento em Turismo da Universidade de Aveiro.

Pretende-se apenas a sua opinião pessoal e sincera.

Este questionário é de natureza confidencial. O tratamento deste, por sua vez, é efetuado de uma forma global, não sendo sujeito, a uma análise individualizada, o que significa que o seu anonimato é respetado.

Obrigado pela sua colaboração!

Por favor, responda ao questionário nas opções indicadas para o efeito.

1. No setor do turismo em que actividade económica se enquadra a sua empresa?

- ☒ Alojamento
☐ Animação Turística
☐ Restauração

2. Existe uma relação entre as empresas de animação turística com as restantes actividades económicas?

Sim

Página 1



Universidade de Aveiro – Departamento de Economia,
Gestão e Engenharia Industrial

3. É frequente o contacto entre as diferentes áreas de actividade?

Sim

4. Já foram envolvidos esforços no sentido de elaborar ou pensar um projeto de cooperação entre as diferentes áreas de actividade turística?

Sim.

5. Na sua opinião é importante existir uma relação de cooperação mais apertada com os seus parceiros de negócio?

É. Unidos somos mais fortes, ajudamo-nos mutuamente.

6. Qual o contributo destas áreas de actividade para a região?

É importante para o desenvolvimento da região.

7. Outros aspetos importantes que não tenham sido abordados nas questões anteriores?

Que se aposta cada vez mais na qualidade para o turismo na região mais verde.

Página 2

QUESTIONÁRIO SOBRE A RELAÇÃO ENTRE O DESPORTO
AVENTURA NO RIO PAIVA E O TURISMO RURAL EM AROUCA

EMPRESA: Quinta Novais

DATA: 1-9-2013

Instruções de resposta ao questionário:

Este questionário insere-se no projeto desenvolvido na Unidade Curricular de Dissertação/Projeto/Estágio sobre "A Relação entre o Desporto Aventura no Rio Paiva e o Turismo Rural em Arouca", sob a orientação do Prof. Dr. Armando Luís Vieira, inscrito no Mestrado de Gestão e Planeamento em Turismo da Universidade de Aveiro.

Prezando-se apenas a sua opinião pessoal e sincera.

Este questionário é de natureza confidencial. O tratamento deste, por sua vez, é efetuado de uma forma global, não sendo sujeito, a uma análise individualizada, o que significa que o seu anonimato é respeitado.

Obrigado pela sua colaboração!

Por favor, responda ao questionário nos espaços indicados para o efeito.

1. No sector do turismo em que actividade económica se enquadra a sua empresa?

- ☒ Alojamento
☐ Animação Turística
☒ Restauração

2. Existe uma relação entre as empresas de animação turística com as restantes actividades económicas?

Sim. Existe uma grande parceria

Página 1

3. É frequente o contacto entre as diferentes áreas de actividade?

Sim. Unidos pelo Geopark.

4. Já foram enviados esforços no sentido de elaborar ou pensar um projeto de cooperação entre as diferentes áreas de actividade turística?

Trabalham um plano do Geopark.

5. Na sua opinião é importante existir uma relação de cooperação mais aprofundada com os seus parceiros de negócio?

Sempre.

6. Qual o contributo destas áreas de actividade para a região?

É positivo.

7. Outros aspetos importantes que não tenham sido abordados nas questões anteriores?

Jovens com visão global do mundo

Página 2



Universidade de Aveiro – Departamento de Economia,
Gestão e Engenharia Industrial

QUESTIONÁRIO SOBRE A RELAÇÃO ENTRE O DESPORTO
AVENTURA NO RIO PAIVA E O TURISMO RURAL EM AROUCA

EMPRESA:

DATA: 4-6-2013

Instruções de resposta ao questionário:

Este questionário inscreve-se no projeto desenvolvido na Unidade Curricular de Dissertação/Projeto/Finalização, sobre "A Relação entre o Desporto Aventura no Rio Paiva e o Turismo Rural em Arouca", sob a orientação do Prof. Dr. Armando Luis Vieira, inserido no Mestrado de Gestão e Planeamento em Turismo da Universidade de Aveiro.

Preenche-se apenas a sua opinião pessoal e sincera.

Este questionário é de natureza confidencial. O tratamento deste, por sua vez, é efetuado de uma forma global, não sendo sujeito, a uma análise individualizada, o que significa que o seu anonimato é respeitado.

Obrigado pela sua colaboração!

Por favor, responda ao questionário nas opções indicadas para o efeito.

1. No sector do turismo em que actividade económica se enquadra a sua empresa?

- ☒ Alojamento
☐ Animação Turística
☐ Restauração

2. Existe uma relação entre as empresas de animação turística com as restantes actividades económicas?

Existe através do AGA/Turismo de Arouca que é um forte elemento de ligação entre as várias actividades na região.

Página 1



Universidade de Aveiro – Departamento de Economia,
Gestão e Engenharia Industrial

3. É frequente o contacto entre as diferentes áreas de actividade?

Muito frequente

4. Já foram envolvidos esforços no sentido de elaborar ou pensar um projeto de cooperação entre as diferentes áreas de actividade turística?

Sim

5. Na sua opinião é importante existir uma relação de cooperação mais apertada com os seus parceiros de negócio?

Totalmente

6. Qual o contributo destas áreas de actividade para a região?

Dar a conhecer as potencialidades da região não só no país como também ao estrangeiro e contribuir para a criação de riqueza na região.

7. Outras aspetos importantes que não tenham sido abordados nas questões anteriores?

Página 2



Universidade de Aveiro – Departamento de Economia,
Gestão e Engenharia Industrial

QUESTIONÁRIO SOBRE A RELAÇÃO ENTRE O DESPORTO
AVENTURA NO RIO PAIVA E O TURISMO RURAL EM AROUCA

EMPRESA:

DATA: 1-4-2013

Instruções de resposta ao questionário:

Este questionário inscreve-se no projeto desenvolvido na Unidade Curricular de Dissertação/Projeto Final, sobre “A Relação entre o Desporto Aventura no Rio Paiva e o Turismo Rural em Arouca”, sob a orientação do Prof. Dr. Armando Luis Vieira, inscrito no Mestrado de Gestão e Planeamento em Turismo da Universidade de Aveiro.

Prezamos-se apenas a sua opinião pessoal e sincera.

Este questionário é de natureza confidencial. O tratamento deste, por sua vez, é efetuado de uma forma global, não sendo sujeita, a uma análise individualizada, o que significa que o seu anonimato é respeitado.

Obrigado pela sua colaboração!

Por favor, responda ao questionário nas opções indicadas para o efeito.

1. No setor do turismo em que actividade económica se enquadra a sua empresa?

- ☐ Alojamento
☒ Animação Turística
☐ Restauração

2. Existe uma relação entre as empresas de animação turística com as restantes actividades económicas?

Sim

Página 1



Universidade de Aveiro – Departamento de Economia,
Gestão e Engenharia Industrial

3. É frequente o contacto entre as diferentes áreas de actividade?

Sim

4. Já foram enviados esforços no sentido de elaborar ou pensar um projeto de cooperação entre as diferentes áreas de actividade turística?

Sim

5. Na sua opinião é importante existir uma relação de cooperação mais apertada com os seus parceiros de negócio?

Sim

6. Qual o contributo destas áreas de actividade para a região?

Forma a região conhecida. Testa a qualidade que os serviços oferecidos tem.

7. Outras aspetos importantes que não tenham sido abordados nas questões anteriores?

É importante continuar a apostar na qualidade e no marketing da região.

Página 2



QUESTIONÁRIO SOBRE A RELAÇÃO ENTRE O DESPORTO AVENTURA NO RIO PAIVA E O TURISMO RURAL EM AROUCA

EMPRESA:

DATA:

Instruções de resposta ao questionário:

Este questionário insere-se no projeto desenvolvido na Unidade Curricular de Dissertação/Projeto/Estágio, sobre “A Relação entre o Desporto Aventura no Rio Paiva e o Turismo Rural em Arouca”, sob a orientação do Prof. Dr. Armando Luís Vieira, inscrito no Mestrado de Gestão e Planeamento em Turismo da Universidade de Aveiro.

Pretende-se apenas a sua opinião pessoal e sincera.

Este questionário é de natureza confidencial. O tratamento deste, por sua vez, é efetuado de uma forma global, não sendo sujeito, a uma análise individualizada, o que significa que o seu anonimato é respeitado.

Obrigado pela sua colaboração!

Por favor, responda ao questionário nos espaços indicados para o efeito.

1. No sector do turismo em que actividade económica se enquadra a sua empresa?

X Alojamento

☐ Animação Turística

☐ Restauração

2. Existe uma relação entre as empresas de animação turística com as restantes actividades económicas?

Quanto mais propostas e mais diversidade de actividades turísticas houverem num local, mais atractivo esse local se torna.



3. É frequente o contacto entre as diferentes áreas de actividade?

Sim.

4. Já foram envolvidas estas áreas no sentido de elaborar ou pensar um projeto de cooperação entre as diferentes áreas de actividade turística?

Sim.

5. Na sua opinião é importante existir uma relação de cooperação mais apertada com os seus parceiros de negócio?

Certo. Juntos trabalhamos melhor.

6. Qual o contributo destas áreas de actividade para a região?

Arouca tem ficado cada vez mais conhecida pelos desportos náuticos no rio Paiva, pelos percursos na Serra da Freita e pela oferta cultural que apresenta.

7. Outras espécies importantes que não tenham sido abordados nas questões anteriores?

Universidade de Aveiro – Departamento de Economia,
Gestão e Engenharia Industrial

**QUESTIONÁRIO SOBRE A RELAÇÃO ENTRE O DESPORTO
AVENTURA NO RIO PAIVA E O TURISMO RURAL EM AROUCA**

EMPRESA: CASA DO PAUL

DATA: 16/8/2013

Por favor, responda ao questionário nas opções indicadas para o efeito.

1. No sector do turismo em que actividade económica se enquadra a sua empresa?

☒ Alojamento

☐ Animação Turística

☐ Restauração

2. Existe uma relação entre as empresas de animação turística com as restantes actividades económicas? Sem informação.

3. É frequente o contacto entre as diferentes áreas de actividade? Sim, através da Associação Geoparque de Arouca que tem vindo a promover essas encontros.

4. Já foram evidenciadas as forças no sentido de elaborar ou pensar um projeto de cooperação entre as diferentes áreas de actividade turística? desconheço

5. Na sua opinião é importante existir uma relação de cooperação mais aprofundada com os seus parceiros de negócio? Penso que sim.

6. Qual o contributo destas áreas de actividade para a região? Criam emprego, atraem turistas, potenciando o desenvolvimento da região.

7. Outros aspetos importantes que não tenham sido abordados nas questões anteriores? Necessário uma reflexão conjunta entre os vários agentes do sector sobre os aspetos que têm dificultado o desenvolvimento sustentável do sector através duma troca de experiências, e inventariação de medidas a tomar.



Universidade de Aveiro – Departamento de Economia,
Gestão e Engenharia Industrial

QUESTIONÁRIO SOBRE A RELAÇÃO ENTRE O DESPORTO AVENTURA NO RIO PAIVA E O TURISMO RURAL EM AROUCA

EMPRESA:

DATA:

Instruções de resposta ao questionário:

Este questionário insere-se no projeto desenvolvido na Unidade Curricular de Dissertação/Projeto/Estágio, sobre "A Relação entre o Desporto Aventura no Rio Paiva e o Turismo Rural em Arouca", sob a orientação do Prof. Dr. Armando Luís Vieira, inserido no Mestrado de Gestão e Planeamento em Turismo da Universidade de Aveiro.

Pretende-se apenas a sua opinião pessoal e sincera.

Este questionário é de natureza confidencial. O tratamento deste, por sua vez, é efetuado de uma forma global, não sendo sujeito a uma análise individualizada, o que significa que o seu anonimato é respetado.

Obrigado pela sua colaboração!

Por favor, responda ao questionário nos espaços indicados para o efeito.

1. No sector do turismo em que actividade económica se enquadra a sua empresa?

- ☐ Alojamento
☐ Animação Turística
☐ Restauração

2. Existe uma relação entre as empresas de animação turística com as restantes actividades económicas?

Sim

Página 1



Universidade de Aveiro – Departamento de Economia,
Gestão e Engenharia Industrial

3. É frequente o contacto entre as diferentes áreas de actividade?

Sim

4. Já foram empreendidos esforços no sentido de elaborar ou pensar um projeto de cooperação entre as diferentes áreas de actividade turística?

Sim

5. Na sua opinião é importante existir uma relação de cooperação mais apertada com os seus parceiros de negócio?

Sim

6. Qual o contributo destas áreas de actividade para a região?

Área de actividade importantíssima para a atracção de visitantes/turistas à região e para o desenvolvimento sustentável deste território classificado. O Turismo de Natureza é um dos produtos estratégicos para o território e o rio Paiva, com todo o seu potencial, vai arrastar e complementar toda a restante oferta para a notoriedade deste destino que é o Arouca Geopark.

7. Outras aspetos importantes que não tenham sido abordados nas questões anteriores?

Diversos

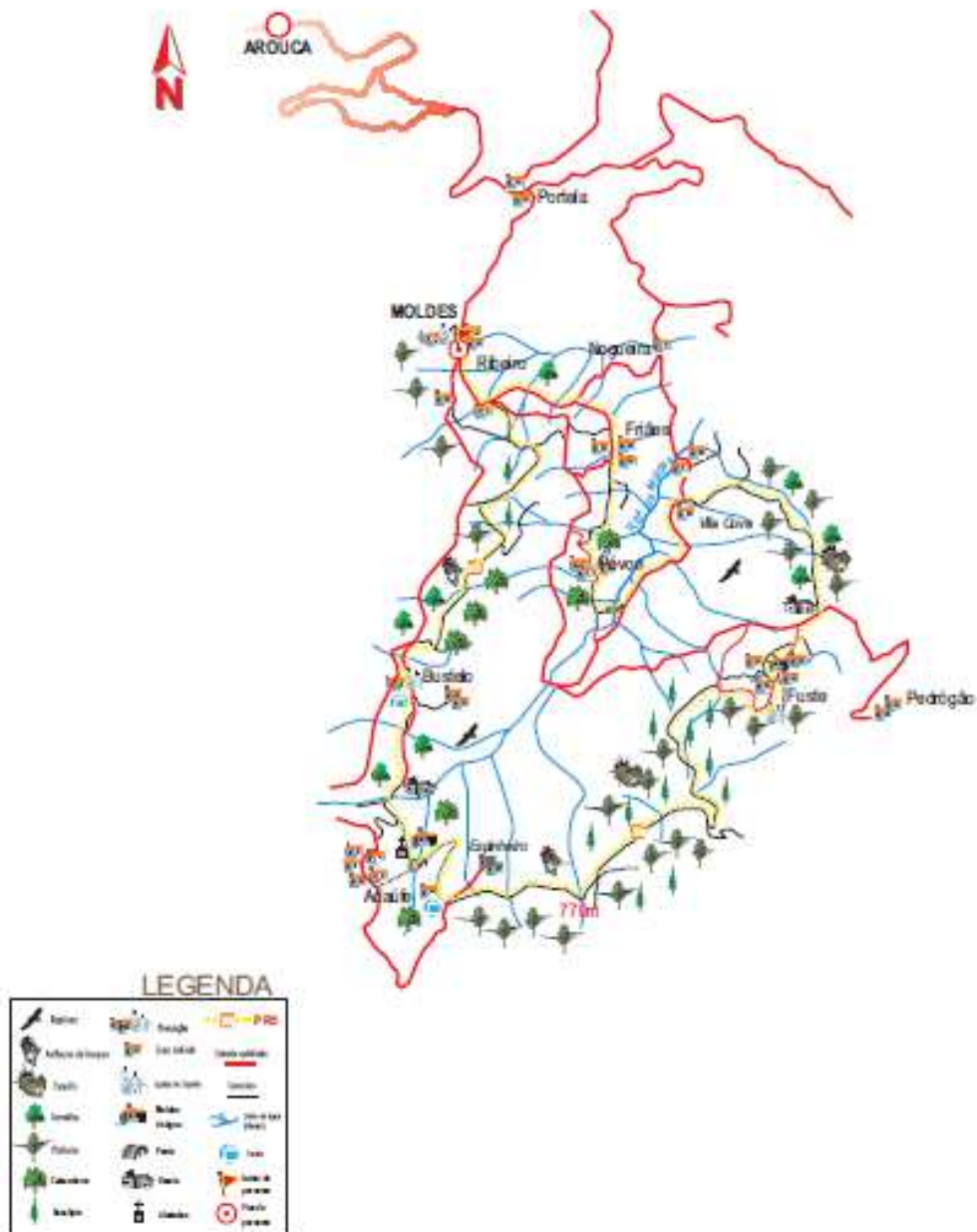
Página 2

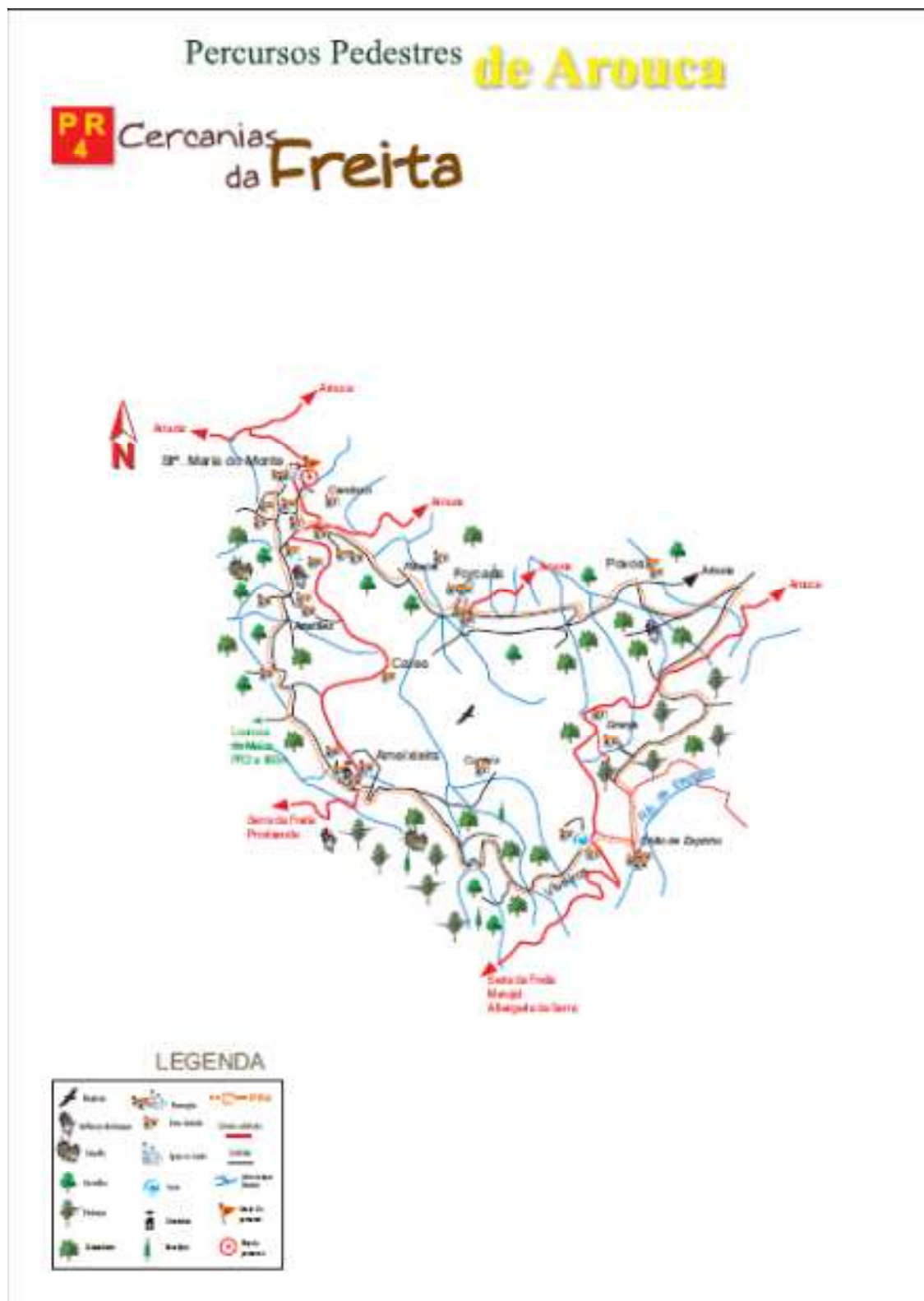
PR
2 Caminhos
do Vale do Urtigosa



Percursos Pedestres de Arouca

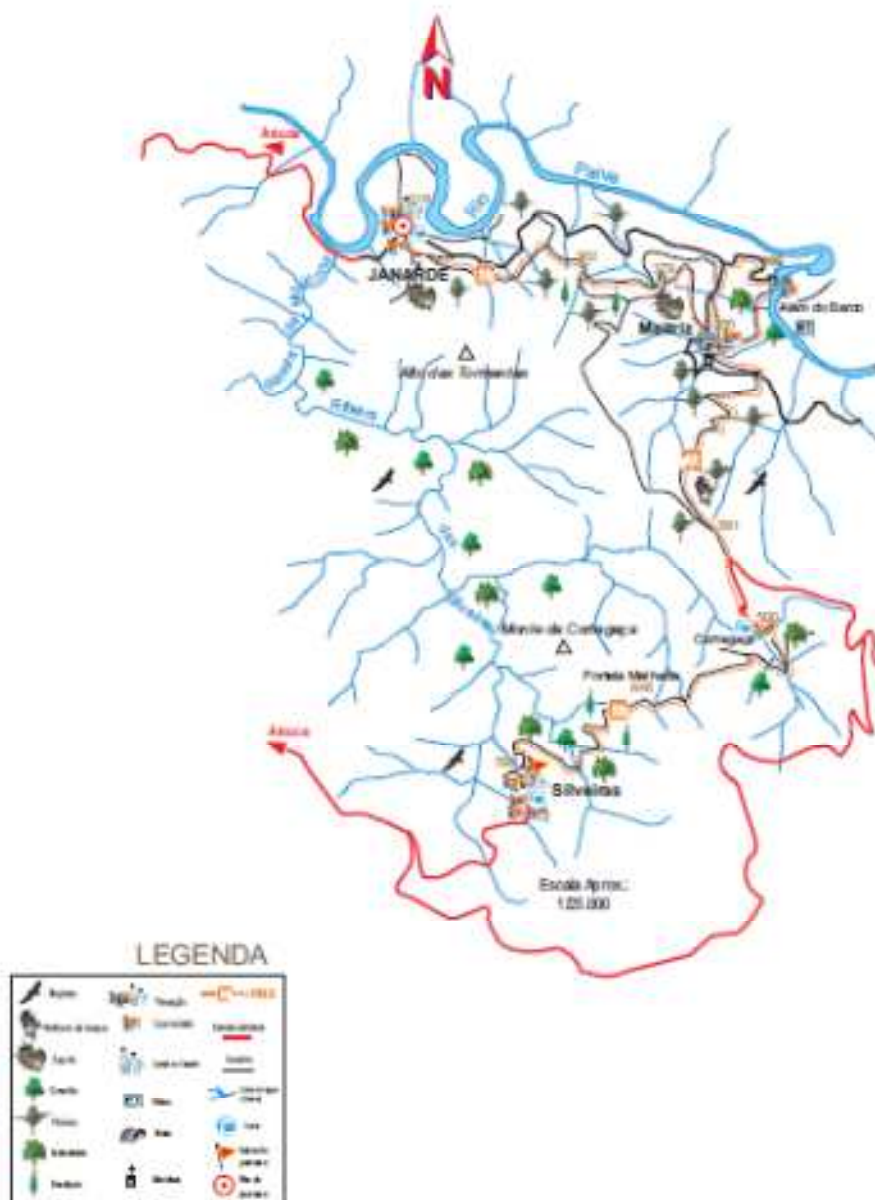
PR
3 Caminhos
do Sol Nascente

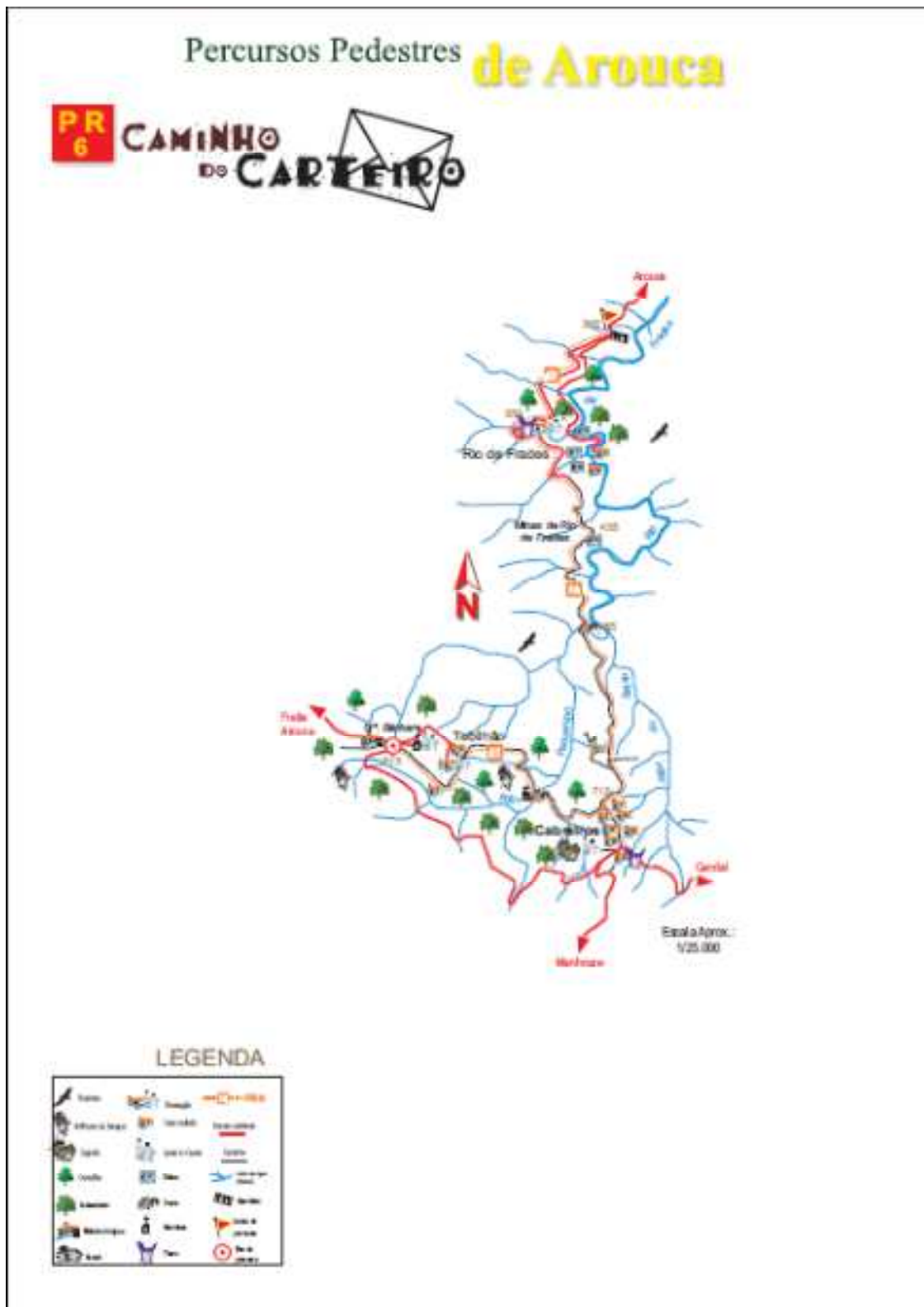




Percursos Pedestres **de Arouca**

PR 5 Rota das **TORMENTAS**





Percursos Pedestres de Arouca

PR
7

Caminhada

Exótica



LEGENDA

Percursos Pedestres de Arouca



Rota do Ouro Negro



LEGENDA

Percursos Pedestres **de Arouca**

PR
13

Na

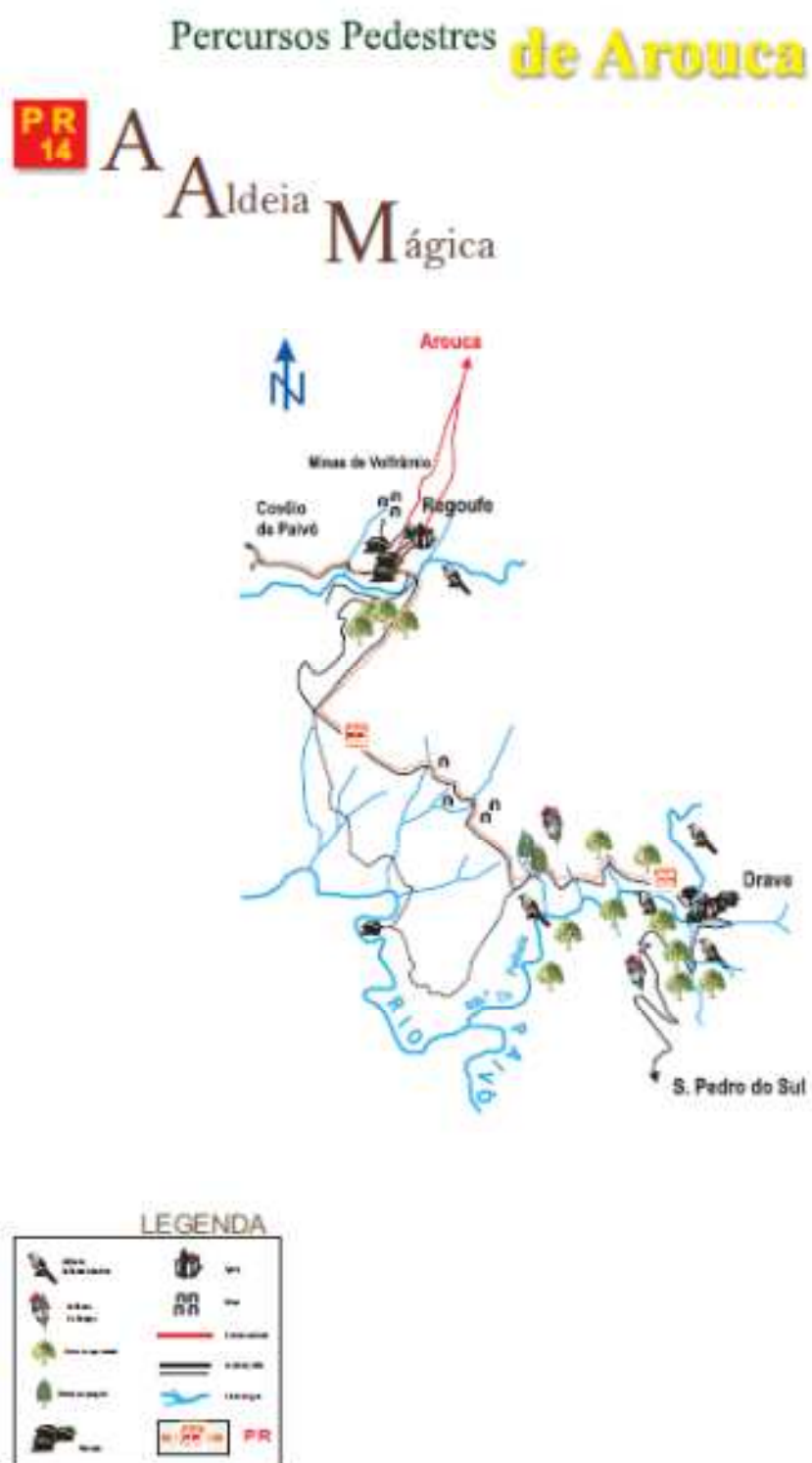
Senda

do Paivô



LEGENDA

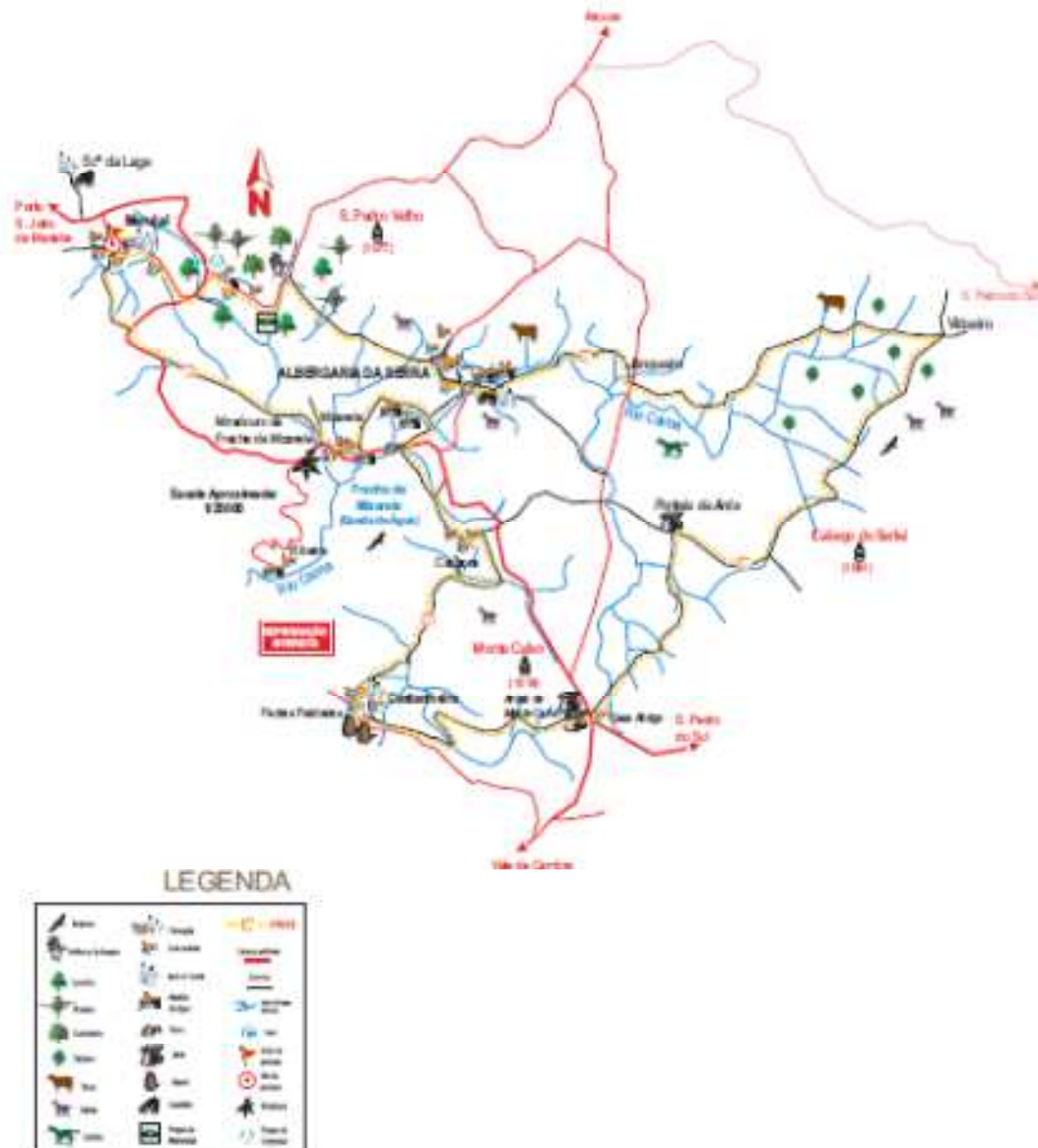




Percursos Pedestres **de Arouca**PR
15

“Viagem

📌 Pré-História”



Percursos Pedestres **de Arouca**

PR
16

Caminhada

Exótica



LEGENDA

	Salto de água		Almoço
	Árvore de sombra		Parque de campismo
	Salto de água		Albergue
	Salto de água		Albergue
	Salto de água		Albergue
	Salto de água		Albergue
	Salto de água		Albergue
	Salto de água		Albergue
	Salto de água		Albergue
	Salto de água		Albergue